زمكانية التصميم المعاصر

معتز عناد غزوان



www.dardjlah.com

زمكانية التصميم المعاصر

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية (2011/1/236)

700.1

غزوان ، معتز عناد .

زمكانية التصميم المعاصر / معتز عناد غزوان . عمان: دار دجلة 2011.

( ) ص

ر.إ: (2011/1/236).

الواصفات:/ فلسفة الفن //الملصقات // التصميم الفني /

أعدت دائرة المكتبة الوطنية بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية

الآراء الموجودة في هذا الكتاب لا تعبر بالضرورة عن رأي الجهة الناشرة



المملكة الأردنية الهاشمية

عمان- شارع الملك حسين- مجمع الفحيص التجاري

تلفاكس: 0096264647550

خلوي: 00962795265767

ص. ب: 712773 عمان 11171- الأردن

جمهورية العراق

بغداد- شارع السعدون- عمارة فاطمة

تلفاكس:0096418170792

خلوي: 009647705855603

E-mail: dardjlah@yahoo.com

www.dardjlah.com

978-9957-71-207-5: ISBN

زمكانية التصميم المعاصر

تأليف

معتز عناد غزوان

2011



الإهداء

إلى العراق .. وطني الكبير.

إلى من علمني حب الناس .. الى من علمني احترام العالم والأستاذ

إلى روح والدي الذي اختطفه الموت ..

الأستاذ الدكتور عناد غزوان إسماعيل

تغمده الله برحمته وأسكنه فسيح جناته

إلى من غمرتني بحنانها ... وأنارت لي الطريق بدعائها ..

والدتي الفاضلة الأستاذة بلقيس محسن القزويني ..

إلى أخوي محمد ومستهل.. إلى شريكة دربي. زوجتي الغالية .. رويدة النواب ..

إلى أمل المستقبل... ولدي الحبيب الغالي عبد الله....

زملائي و أصدقائي الأحبة ...

إليكم جميعا .. مع حب لاينقطع...

معتز

الفهرس

تقديم

للاستاذ الدكتور إياد الحسيني

عميد كلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد

يؤشر فن الملصق ملامحه الجمالية والمعرفية كواحد من أصعب الفنون التي تقدم الجمال في صالح الوظيفة والاتصال، وانطلاقاً من منظومة النظرة والفكرة واللغة والتعبير في زمان مضطرب بات البحث عن وسيلة للتعبير فيه تتجاوز حدود اللغة اللفظية إلى لغة تعبيرية تحمل طاقات خلاقة هو أمر لابد منه، وفي ظل غياب الصيرورات والمنظومات التي تجعل من الملصق ناقلاً للغة من نظام خطابي إلى نظام خطابي آخر وفق إطار متسلسل منهجي ودقيق.

وفي قراءة بنائية / تركيبية، بنائية في الثوابت الشكلية الموزعة على محوري الزمان والمكان، وتأسيس سلم إحالات داخلية لإعادة تركيب هذا البناء وفق قراءة استشرافية تجعل من متغير الزمان والمكان عاملين حتميين وكقيمتين احداهما جمالية والأخرى وظيفية ترتبطان ارتباطاً عضوياً بالحياة والبيئة والحدث، ولتعيدنا لقراءة الزمن بطريقة مختلفة وفقاً للمنطق الصوري:

الزمن = الحياة

الحياة = المعرفة

إذن الزمن = المعرفة

إذن فإن دقيقة بدون معرفة = ضياع عمر الإنسان.

ولكن المعرفة في فن التصميم لم تعد تعتمد المهارات الإبداعية الفنية في تنفيذه وطباعته، وإنما في ذلك الجهد الخلاق في عملية بناء الفكرة التي تختصر الزمان والمكان والحياة في صورة بلاغية غاية في البساطة، غاية في القوة، غاية في التعبير، وكل ذلك لايتم

إلا من خلال زحزحة العلاقة بين النصوص المعرفية والعالم الخارجي بفعل المنهجيات الحديثة في التفكير وضمن أنساق وطرز تحاكي أقوى أنظمة التعبير كما يرى (هابرماس) عندما اقترح استبدال مفهوم العقل الاتصالي بدلاً من العقل الأدائي على أهميته وعظمته.

وبين تلك الخطوط والأشكال والألوان تبزغ تجليات المعالجات المعرفية لكاتب هذا البحث الرصين الذي كان لي غبطة الإشراف عليه والاستمتاع بخلجاته المعرفية والفنية، وفي تواضع جم وروح وثابة لا تعرف الكلل والملل كما اعتدنا من أخلاق العلماء تطل علينا تباشير ميلاد جديد لباحث جديد.

المقدمة

وفي هذا الكتاب الذي يسلط الضوء بالتفصيل، على الدور الكبير لهذين العاملين، اللذين يساهمان في إظهار جماليات الموضوع والفكرة، فضلاً عن الوظائفية.

يتكون الكتاب من مدخل و خمسة فصول، تضمن المدخل، طرح عدة تساؤلات وكانت كما يأتي:

هل يحدد متغيرا الزمان والمكان البعد الوظيفي والجمالي من خلال بنية الملصق؟

وهل هناك ترابط جدلي مابين متغيري الزمان والمكان في تصميم فكرة الملصق؟

وهل حقق الملصق المعاصر أهدافه الاتصالية من حيث تفعيل متغيري الزمان والمكان استنادا إلى مكوناته الأساسية؟ وللوصول إلى جواب لهذه التساؤلات حددنا هدفاً لهذه الدراسة يكمن في :

1 - الكشف عن متغيرات الزمان والمكان في الملصق العالمي المعاصر

2 – الكشف عن تأثيرات الزمان والمكان على بنية الملصق العالمي المعاصر.

كما وضعنا حدوداً منطقية لدراسة زمكانية الملصق المعاصر ولاسيما الصادرة منذ عام 2000 وما بعدها، وقد تم اعتماد ملصقات عالمية منتقاة من مختلف الدول العالمية. ثم تعريف أهم المصطلحات الواردة في هذا الكتاب وهي:

الزمان، المكان، البنية، المتغير، المعاصر. أما الفصل الأول فقد تضمن (الزمان في التصميم الطباعي)، مع تحديد مفهومه فلسفيا والزمان والدلالة ودراسة جمالياته و أثره في العمل الفني والملصق تحديداً.

أما الفصل الثاني فقد تم دراسة (المكان في التصميم الطباعي) وأثر المكان في العمل الفني مع دراسة مفهوم المكان فلسفياً، و بيان العلاقة الجدلية مابين الزمان والمكان في الملصق.

أما الفصل الثالث فقد تضمن دراسة تأريخ الملصق العالمي ونشأته وتطوره والتعريج على تأريخ الملصق العراقي مع دراسة مكونات الملصق الفنية من عناوين وصور طباعية ورسوم وغيرها والفرق مابين خصائص الملصق وخصائص الإعلان.

أما الفصل الرابع إذ تمت دراسة التأثير المباشر للزمكانية بوصفها محركاً موضوعياً من خلال الملصق بوصفه وسيلة اتصال مهمة ، كما تم التطرق إلى تقنيات التنفيذ كتنوع تقني وما تؤثر به تلك التقنيات في تجسيد حركة متغيري الزمان والمكان في الملصق ، فضلاً عن دراسة العلاقة مابين متغيري الزمان والمكان في الملصق والعولمة وتأثيراتها المباشرة وغير المباشرة. بعدها تم استعراض أهم المؤشرات النظرية التي توصلنا إليها.

أما الفصل الخامس فقد تم عرض نماذج منتخبة من الملصقات العالمية وتحليل مكوناتها الفنية وصفياً وفق ثوابت فنية ونظرية تتعلق بالتصميم والزمكانية وكانت تلك الملصقات منتقاة من أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية ودول آسيوية وأفريقية. ومن الواجب والعرفان بالجميل يتقدم المؤلف بالشكر والامتنان والعرفان بالجميل والفضل الكبير لرعاية أستاذه الفاضل الدكتور إياد الحسيني الذي كان وسيبقى أستاذاً وأخاً ومعلماً كبيراً تعلمت منه الكثير، وتشرفت بتقديمه لكتابي هذا والذي زادني شرفاً واعتزازاً به وبأخلاقه العالية التي غمرني بها داعيا الله أن يحفظه ويسدد خطاه لخدمة بلدنا الحبيب.

نأمل أن يكون كتابنا قد خطى بتواضع نحو تحديد عاملي الزمان والمكان وتأثيرهما في تصميم الملصق العالمي المعاصر. والله الموفق.

المؤلف

مدخل

يعد عاملا الزمان والمكان من المتغيرات المهمة التي ماتزال تثير العديد من التساؤلات والتفسيرات المختلفة، في تأثيراتها على إدراك وتلقي الفكرة التصميمية لاسيما مايتعلق بالجوانب المعرفية والتأويلية، ان البحث عن هذين المتغيرين اللذين يكون لحضورهما في العمل الفني لاسيما الملصق بوصفه وسيلة اتصال فني وتعبوي وإرشادي.. الخ، يبنى على أفكار موجهة وفق أهداف قد تكون واقعية مباشرة من خلال ماتملكه وحداته الفنية او عناصره البنائية من قدرة على التفلسف والتأويل في إظهار الحدث وبيانه فضلاً عن تحديده من خلال الرمز، الشكل، الوظيفة. او قد يكون الهدف واقعياً يصاحبه الخيال و الإيهام أحيانا من خلال تحريك عناصره البنائية مابين الزمان والمكان، وبناء تصورات فاعلة والتنبؤ بمستقبلها حتى وإن كان الوصول الى حقيقته الموضوعية من خلال الخيال والوهم.

ان الحاجة الى تحديد متغيري الزمان والمكان باتت من القضايا او المشاكل التي تواجه التأويل والتفسير لمنطقية اختيار العناصر البنائية والرموز المشخصة وتحديد معايير استخدام تلك الرموز أو العناصر وفق تتابع زمكاني، يجمع بين الحالة المطروحة ويساهم في أبراز دلالاتها افتراضيا، والتي يكون للمصمم بمختلف توجهاته وديانته وبلده وغيرها، تفسيرا وغاية يراد منها الوصول الى تطبيق وترويج حالة معينة للرأي العام و من ثم تحقيق الوظيفة والهدف المفترضين من خلال تفعيل متغيري الزمان والمكان من أجل الوصول الى تحقيق تلك الأهداف. ان التطور العالمي الذي يشهده عصرنا الراهن من خلال التغيرات السياسية والاجتماعية والآديولوجيات وتفجر المعلومات وتطور التقنيات فضلاً عن العولمة الغربية الأمريكية في مختلف أنحاء العالم بما فيها دول الشرق الأوسط، والعراق تحديدا، لاسيما موضوع حوار الحضارات، كلها مؤثرات ضاغطة على المصمم ليس العراقي فحسب بل

المصمم العالمي بصورة عامة، فهي ضاغطة في السياسة والدين ومرجعيات الحضارة بمختلف توجهاتها ودلالاتها الثقافية والسياسية والاجتماعية، لاسيما أنّ المصمم هو جزء من المجتمع، وهو أول من يتأثر بأي مشكلة تواجه بلده، مجتمعه، عقائده، وهو يتأثر زمكانيا بها، فهو ابن زمان للحظة معينة، لديمومة ما، لحالة وضعية ..لازمة او قد تكون طارئة ..الخ، فهو يتصور ويضع حلولا افتراضية قد تكون تلك الحلول صائبة او خاطئة، كذا هو المكان، فهو الموضع الذي يبحث المصمم فيه مشكلته وكيفية التأثير في الرأي العام او المجتمع عامة، فضلاً عن كون المكان سمة محلية أو وطنية تميز حضارة ومعتقدات أي وطن في العالم، والمكان في ذهنية المصمم هو الموضع اللامتناهي والمتعدد المفردات والتأويلات، والمكان تنفيذيا هو الفضاء الواقعي والمحدد بالطول والعرض (الملصق)، ليترجم المصمم أفكاره الذهنية على فضاء الملصق. لذلك فقد وضع الباحث عدة افتراضات يسعى لتحقيقها وتحويلها الى حقائق والتي تتضح بصيغة تساؤلات، وكما يأتي:

هل يحدد متغيرا الزمان والمكان البعد الوظيفي والجمالي من خلال بنية الملصق؟

وهل هناك ترابط جدلي مابين متغيري الزمان والمكان في تصميم فكرة الملصق ؟

هل حقق الملصق المعاصر أهدافه الاتّصالية من حيث تفعيل متغيري الزمان والمكان استناداً الى مكوناته الاساسية ؟

لذلك وتأكيدا على ماورد أعلاه، يرى الباحث أنّ هنالك علاقات ناشئة بين الحقائق الموضوعية القائمة والتي تم استعراضها أعلاه من جهة وبين افتراضات الباحث المطروحة من جهة أخرى.

وتتجلى أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على العلاقة الفنية مابين متغيرات الزمان والمكان وما يشكله هذان المتغيران من تأثيرات على بنية الملصق المعاصر، وإدراك جوانبه الجمالية والوظيفية وتوجيه رسالة معينة تتميز بالتأثير والتأثر في المتلقي، بما تحققه من تفاعل مادي وتعبيري وتوجيهي من خلال النتاج الطباعي (الملصق)، كما يرى

الباحث أن تحديد متغيري الزمان والمكان في بنية الملصق يشكل معادلة مهمة في معرفة مايفكر به المصمم العالمي من حيث الرؤية والتصور، وتركيب الموضوع وتحليله وأهدافه فضلاً عن وظائفه، كما يجعل البحث الحالي أهمية في دلالات وتفسيرات هذين المتغيّرين وتحديد تأثيراتهما في المتلقي، والتي تساهم في تسليط الضوء على المقدرة الفكرية وبناء التصورات عند المصممين واختلاف تلك القدرات وأنعكاساتها على وسائل الأظهار فضلاً عن التقنيات الحديثة في تنفيذ الملصقات المعاصرة، وفاعلية الحدث واللحظة عند المصمم وماتؤول به عاكساً ذلك من خلال النتاج الطباعي (الملصق)، فتحديد العنصر المرئي او الثابت وبيان الدلالة الفنية داخل الملصق يمكننا من تأويله وتفسيره من خلال معرفة غير المرئي الذي سيحدث مستقبلاً في زمان ومكان مجهولين او بالعكس.

كما يمكن تحديد اهداف هذه الدراسة في:

1 - الكشف عن متغيرات الزمان والمكان في الملصق العالمي المعاصر .

2 – الكشف عن تأثيرات الزمان والمكان المباشرة وغير المباشرة على بنية الملصق العالمي المعاصر.

وكانت الحدود الموضوعية لهذه الدراسة كما يأتي

1 – حدود زمانية: الملصقات العالمية المعاصرة الصادرة مابعد عام 2000 ذلك للمسوغات الآتية:

أ- شكل العام 2000 تغيراً واسعاً من حيث التطور التقني في أساليب التنفيذ والأظهار.

ب- سيطرة الأفكار الغربية والمعولمة على وسائل الأعلام المطبوعة ومنها الملصق.

ت- التغيير الآيدلوجي والسياسي في العالم.

2 – حدود مكانية: الملصقات العالمية المطبوعة الصادرة، (من أوربا وآسيا وأمريكا وافريقيا).

تعريف المصطلحات العلمية

يمكن تحديد اهم المصطلحات الواردة في هذا الدراسة كما يأتي :

1 – **المتغير** Variable:

أ – لغويا:

ورد في مختار الصحاح ((الاسم من قولك (غيّرتُ) الشيء (فتغيّر)، قلت ومنه غيّر الزمان، وتغايَرَت الأشياء اختلفت)) [1] و ((تغيّر عن حاله : تحوّل وغيره جعله غير ما كان، وحوّله وبدّله، وغيّر الدهر)) [2]، ونطلق المتغيّر ((على الوحدات، التي تظهر في النص، والتي نحكم بتشابهها. ونميز نوعين من المتغيرات، (المتغيرات السياقية)، و(المتغيرات الحرة)) [3] والمتغير ((هو القابل للتغيير، والتغير (تبدل)) [4].

ب – اصطلاحيا: المتغير Variable*

هو ((مايمكن تغيّره، او مايمكن تغييره، او ما ينزع الى التغيير. والمتغير في المنطق حد غير معين يجوز ابداله بعدة حدود معينة من جهة ما هي قيم مختلفة له. والتغيير (Variation) هو الأنتقال من حالة الى أخرى، وجمعه تغيرّات، تقول، تغيرات الحرارة، تغيرات السياسة)) [5]. لما كان المتغير معجميا وأصطلاحيا هو القدرة على تغيير الممكن الى حد ما او ربما الذي ينزع الى التغيير والتغيير والمتغير بهذه الدلالة الاجرائية يعني وجود حد

(1) الرازي- محمد ابن ابي بكر عبد القادر / مختار الصحاح / دار الرسالة - الكويت 1982- ص 486.

(2) الفيروزبادي / القاموس المحيط – مؤسسة الرسالة – بيروت ط3 1993 – ص 583.

(3)سعيد علوش (الدكتور) / معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة – دار الكتاب اللبناني – بيروت – 1985 – ص 255.

(4) بسام بركة (الدكتور) / معجم اللسانية – جروس برس – بيروت 1985 – ص 211 – 212.

* ينظر: عبد السلام المسدي / قاموس اللسانيات – الدار العربية للكتاب –1984 – ص 175، اماVariant فقد ذكر هذا المصطلح عند د.سعيد علوش – مصدر سابق ص225

(5) جميل صليبا (الدكتور) / المعجم الفلسفي - ج1 – دار الكتاب اللبناني – بيروت 1982 – ص 33..

غير ظاهر او غير معين لدرجة يمكن معها أبداله بعدة حدود معينة من جهة الى أخرى وهذه الحدود تظهر في الملصق من حيث كونه مشتملاً على متغيرات الزمان والمكان تدل على قيم مختلفة له، تنقله من حالة الى أخرى، وبذلك فإن المتغير او المتغيرات في علاقتها بالزمان والمكان وفي انعكاسهما على الملصق المعاصر تدل على علاقة جدلية حميمة بين التغير و حركة الزمان والمكان في هذا الملصق او ذاك. وقد قسم بعض الباحثين الفنون الى عدة أقسام تبعا لنوع المتغير، ومنها أنّ الفنون القائمة على الزمان والمكان، تنقسم الى ثلاثة أنواع:

1 – فنون الحركة: وهي تقع ضمن إطار الزمان فقط وتتحقق بالجسم الحي.

2 – فنون السكون: وهي تقع ضمن إطار المكان فقط وتترك أثراً ثابتاً مثل النحت والعمارة والتصوير.

3 – نوع ثالث: تقع مابين السكون والحركة مثل الموسيقا والشعر والبلاغة.)) [1]

2- **الزمان** Time:

أ – **لغويا**:

((الزمن والزمان اسم لقليل الوقت وكثيره وجمعه (ازمان) و(ازمنة) و(أزمن). وعامله (مزامنة) من الزمن كما يقال مشاهرة من الشهر)) [2] والزمن ((ظاهرة قائمة في الكون قوامها الحركة وعاها الأنسان. الزمن والدهر واحد، وتعني الكلمة العصر. والزمن يقع على الفصل من فصول السنة، وعلى مدة ولاية الرجل وما أشبه، ويقع على جميع الدهر وعلى بعضه. ويقال زمان الورد والرطب، وزمان الحر والبرد، وزمان الصبا والصباء او الصغر ويكون الزمن شهرين الى ستة أشهر. والزمان: مدة قابلة للقسمة، ولها يطلق على الوقت القليل والكثير، والزمن مقصور منه. ويقال لقيته ذات الزمنين:

(1) يوسف – عقيل مهدي (الدكتور) والدكتور عياد أبو بكر هاشم / تأريخ الفنون وتذوقها – المركز الوطني لتخطيط التعليم والتدريب – ليبيا ط1 2. . 3 – ص 128.

(2) الرازي- محمد ابن ابي بكر عبد القادر مصدر سابق - ص 275

يريدون بذلك تراخي الوقت أي بين الأزمنة ، وإذا قيل للشئ أزمن ، فمعنى ذلك طال عليه الزمان ، أي أتى عليه الزمن. والزمن والبرهة ، والزمنة والبرهة أيضا ، فيقال : مالقيته منذ زمنه ، وزامنه عامله على الزمن كالمشاهرة ، والجمع أزمان كسبب وأسباب. وقد يجمع على أزمن))[1] و الزمان او الدهر ((كالظرف الخارق السعه ، تتحرك داخله الكائنات وتقع في فضائه الوقائع ، فليس ثمة موت ولاحياة ولاسكون ولاثبات ولا آلام أو مسرات خارج هذا الظرف ، ودارسو الزمن يرون أن الزمن إثنان الأول إلهي يحدده الأزل والثاني أنساني يحدده الوقت))[2] لذا فإن ((الظاهرة الغالبة على معاني الزمان أنها تعكس صدى العصر))[3] والزمن ((زمن الدال بعد زمني لدال خبر، مثال : يمكن الحديث عن سنة في سطر واحد ، وألف سطر ، وزمن المدلول هو بعد زمني لمدلول خبر في التعبير))[4] وهناك مصطلح يسمى بالزمن العربي ((ويلفظ بصيغة التذكير — زمن عربي — وهو نوع من التوقيت بالزمن العربي ، يبدأ قياسه من لحظة الغروب ، فمثلا الساعة الخامسة بحسب التوقيت بالزمن العربي ، معناها خمس ساعات بعد الغروب ، وهكذا فاليوم بتوقيت الزمن العربي ، من الغروب الى الغروب))[5] ويرد تعريف الزمان في المعجم الفلسفي بأنه ((المدة الواقعة بين حادثتين وثانيهما لاحقة ، ومنه زمان الحصاد ، وزمان الشباب ، وزمان الجاهلية وجمع الزمان أزمنه ونقول الأزمنة القديمة ، والأزمنة الحديثة . والزمان في اساطير اليونانيين هو الآله الذي ينضج الاشياء ويوصلها الى نهايتها والفرق بين الزمان والدهر والسرمد ان نسبة المتغير الى المتغير هي الزمان ، ونسبة الثابت الى المتغير هي الدهرونسبة الثابت الى الثابت هي السرمد))[6]. والزمان عند العرب هو الدهر ((وهما ساعات الليل والنهار والوقت الطويل او القصير، والعرب تقول أتيتك زمان الصرام

(1) — الشحاذ — أحمد محمد (الدكتور) / لغة الزمن ومدلولاتها في التراث العربي — دار الشؤون الثقافية العامة — بغداد 2.. 1 — ص 49.

(2) — الصائغ — عبد الآله / الزمن عند الشعراء العرب قبل الأسلام — دار الرشيد للنشر — بغداد 1982 — ص 61.

(3) مطلك — حيدر لازم / الزمان والمكان في شعر أبي الطيب المتنبي — (رسالة دكتوراة غير منشورة) — كلية الآداب / جامعة بغداد 1991 — ص 19.

(4) سعيد علوش / مصدر سابق — ص 1 .8

(5) الشحاذ / مصدر سابق — ص 5 . .

(6)جميل صليبا / مصدر سابق — ص 636.

وتعني به وقت الصرام إلا ان الزمان قد أستدار كهيأة يوم خلق الله السماوات والأرض))[1].

ولاتخرج الآراء عن كون الزمن يتألف من ضربين :

((الأول : يتألف الزمن من ماض وحاضر ومستقبل. والثاني : يتألف الزمن من ساعات وأيام وأسابيع وشهور وفصول وسنين))[2] وهذا مايدخل ضمن زمان الوقت.

ب – أصطلاحيا :

الزمان هو ((الدهر وقيل هو مظهر من مظاهر الكون بمعناه الفلسفي أي انه صورة من صور صراع الوجود الانساني حيث يبدو لمتأمله او معانقه شكلاً من اشكال الحس والوجدان او الفكر وهو عندئذ يصير ركناً مهماً من أركان الحياة الانسانية ولاسيما حين يتجاوز الوهم الخيال يصير واقعاً ملموساً ويرتبط بالذات الادبية بعداً فنياً مهماً في هذه الذات تكون جسدا مكانياً وهو في حقيقة امره وعاء للزمان))[3] كما ((ان مشكلة الزمان شغلت تفكير الانسان منذ أبتداء وعيه لما للزمان من أثر كبير في نفسه وفي البيئة المحيطة به ، ولقد قسم الفلاسفة الزمان على ثلاثة مستويات وهي الماضي والحاضر والمستقبل))[4] أذن ((فثلاثية الزمن الماضي – الحاضر – المستقبل، وهي لاتساوي التاريخ ولكنها تمثل حضورها في الصيغة السردية بما يعنيه الماضي وبما يرصده الحاضر وبما يتوقعه المستقبل وفقا للظرف الواقعي أو بعيدا عنه))[5] اما الزمن المتخيل فله مرحلتان ((الأولى هي مرحلة (الحاضر) الذي يبدأ من الحدث الحالي في وضعه الراهن والواقعي حالياً ، والثانية مرحلة (الماضي) السابق على هذا الحاضر)) والزمن ((تغير مستمر متصل يصبح معه الحاضر ماضياً ويأبى الذهن أن يظل في التيار الزمني بل يجسم كل مايتصل به ويربطه بفكرة

(1) الصائغ / مصدر سابق – ص 62.

(2) المصدر نفسه / ص 79.

(3) عناد غزوان (الدكتور) / أصداء دراسات أدبية ونقدية – أتحاد الكتاب العرب – دمشق 2. . . – ص 61.

(4) طاهر – أسماء نيازي / الخلود في العمارة – (رسالة دكتوراه غير منشورة) – كلية الهندسة / جامعة بغداد – قسم الهندسة المعمارية – بغداد 2. . 2 – ص 91.

(5) يوسف حطيني (الدكتور) / مكونات السرد في الرواية الفلسطينية – أتحاد الكتاب العرب – دمشق 1999 – ص 138.

معينة)) [1]، ويقول صليبا ((لقد زعم ارسطو أن الزمان مقدار حركة الفلك الأعظم، وذلك لأن الزمان متفاوت زيادةً ونقصاناً، فهو اذن كم وليس كماً منفصلاً لامتناع الجوهر الفرد فلايكون مركباً من آنات متتالية فهو اذن كم متصل، الا أنه غير قار فهو اذن مقدار لهيئة غير قارة وهي الحركة. والزمان عند بعض الفلاسفة اما ماضٍ او مستقبل وليس عندهم زمان حاضر، بل الحاضر هو الآن الموهوم المشترك بين الماضي والمستقبل)) [2] ومن هنا فيؤكد ارسطو على أن الزمان ماهو إلا حركة (وسنأتي على تفاصيلها الفلسفية لاحقاً). ومن المفاهيم المرادفة لمعنى الزمان كثيرة، فمنها (الدهر)، وهو الزمن الذي لاينقطع ويأتي بمعنى العصر أيضاً. و(الأبد) وهو ظرف زمان للتأكيد على المستقبل، والأبد الزماني ((هو المدة التي ليس لها حد محدود في الماضي والمستقبل او الزمان الدائم)) [3] فضلاً عن مايمكن أنْ نطلق عليه بالأزل ونعني به الزمن القديم والأزلي هو العريق الذي ليس له بداية او نقطة شروع. والأجل وهو زمن يرتبط بالقرب من الزوال وقد يكون بمعنى زمن الموت والرحيل. و(الحقب) وهي مراحل التعدد الزمني لتدخل تأويلا للتحول والتطور بمراحل قد تكون متقاربة او متباعدة لتحول الزمن فيها بحقب، فالفنان المبدع يبدأ بعمله الابتكاري لينال حيّزاً من التجسيد الفكري والدلالي، وليثبت شخصيته التي تتطور وتتحول من خلال الأسلوب والأداء ليكون بذلك حقباً زمنية تقاس بها أبداعاته ومنجزاته. ومن المرادفات الأخرى للزمان (الحول) وتأتي بمعنى السنة وماتعطيه من معطيات قد تكون مرتسمة على بعض أيامها لاسيما أنّ الفنان له مرجعيات ترتبط بالبيئة والحياة اليومية له فتجعل من أيامه ذكريات يربطها زمانيا من خلال أعماله وتصاميمه.

---

(1) الدوري – سهاد عبد الجبار / علاقة الفضاء بالزمن وتأثيرها في التصميم ذي البعدين –(رسالة دكتوراة غير منشورة) – كلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد 1999 – ص 41.

(2) جميل صليبا / مصدر سابق – ص 637.

(3) الخطيب – عبد الله / الأنسان في الفلسفة – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 2. . 2 – ص 199.

اما (الحين) فياتي بمعنى الدهر أيضاً والحين ((يطلق على لحظة من الزمان وقد يراد به الزمان القليل)) [1] اما آخر الزمان ((فهو تعبير عن المرحلة النهائية لحركة التاريخ، وقد عني بها الفلاسفة الوضعيون عموماً والماركسيون خصوصا في القرن التاسع عشر والقرن العشرين)) [2].

التعريف الإجرائي للزمان:

هو عامل يرتبط بديمومة المشهد الفني المكون للفكرة التصميمية مؤكداً دور الحدث او الظاهرة او الحالة المراد توصيلها عن طريق تفعيل المفردات التصميمية وبما يحقق البعدين الوظيفي والجمالي معاً.

3 – **المكان** Space:

أ – لغويا :

المكان ((هو الموضع والجمع (أمكنة) وأماكن)) [3]، وقد ورد تعريف المكان في المنجد محدداً بالموضع. ((اما الجرجاني فقد أقترح التعريفات الآتية للمكان، وهو إذ يتناول المكان فيها من حيث علاقته بالأتجاه او الجهة او بالأين، او محض ذاتيته الشيئية بوصفه وجوداً مادياً كالدار التي تدل عليها مكوناتها البنائية، او تحديداً أرسطياً كالمكان المحصور وهو السطح الباطن من الجسم الحاوي المماس للسطح الظاهر من الجسم المحوي. اما المكان المبهم فهو عبارة عن مكان نسميه به بسبب امر غير داخل في مسماه كالخلف والأمام فأن تسميته ذلك المكان بالخلف أنما بسبب كون الخلف من جهة وهو غير داخل في مسماه والمكان المعين هو عبارة عن مكان له أسم نسميه به بسبب أمر غير داخل في مسماه، كالدار فأن تسميته بسبب الحائط او السقف وغيرهما وكلها داخل في مسماه)) [4]، ((وللمكان مرادفات تستعمل في اللغة للدلالة عليها منها: المحل، الأين، الملأ، الحيز، الموضع، الخلاء. كما انه الحاوي للشيء. وقيل الخلاء أخص من المكان، فالمكان هو الفراغ المتوهم مع أعتبار حصول الجسم فيه، والخلاء هو الفراغ الموهوم مع اعتبار ألا يحصل

(1) الشحاذ / مصدر سابق – ص 45.

(2) البدري – سامي / حول المهدي المنتظر (ع) والأطروحة الآلهية لآخر الزمان – مؤسسة طور سينين – لندن 2. . . – ص 5.

(3) أبن منظور / لسان العرب – مجلد 13 –بيروت 1956 – ص 414.

(4) الخفاجي – مكي عمران راجي / جماليات المكان في الرسم العراقي المعاصر – (رسالة دكتوراه غير منشورة) – كلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد –1999 –ص 6.

جسم فيه وحاصله المكان الخالي عن الشاغل)) [1] ((ان الشائع في ثقافتنا العربية هو ترجمة مصطلحي (Space) و(Place) وحتى (Location) على انها جميعا مرتبطة بمرادف واحد هو المكان. كما يتداول البعض مصطلح (الأفق Horizon) و(الفضاء Space) قاصدين بها (المكان) لاسيما في الفن التشكيلي. إنّ الذي نستنتجه من المعني والتراكيب اللغوية التي توردها المعجمات اللغوية ، ان الفضاء (Space) هو الكلي وإن المكان (Place) هو الجزئي وإن الموضع (Location) هو الأكثر جزئية والأكثر تحديدا)) [2]

ب — اصطلاحيا :

((المكان موضع ، وجمعه أمكنه ، وهو المحل (Lieu) المحدد الذي يشغله الجسم. نقول مكان فسيح ، ومكان ضيق ، وهو مرادف للأمتداد (Etendue) ومعناه عند ابن سينا السطح الباطن من الجرم الحاوي المماس للسطح الظاهر للجسم المحوي. وعند المتكلمين (الفراغ المتوهم الذي يشغله الجسم وينفذ فيع ابعاده ويرادفه الحيز ، والمكان عند الحكماء الاشراقيين هو البعد المجرد الموجود وهو الطف من الجسمانيات واكثف من المجردات. والمكان عند المحدثين وسط مثالي غير متداخل الاجزاء ، حاوٍ للأجسام المستقرة فيه ، محيط بكل امتداد متناه. وهو متجانس الاقسام متشابه الخواص في جميع الجهات ، متصل ، وغير محدد ، وله عند علماء الهندسة صفتان أخريان : الأولى قولهم ان المكان ذو ثلاثة ابعاد ومعنى ذلك انه لايلتقي في نقطة واحدة من المكان الا ثلاثة خطوط عمودية والثانية قولهم: ان اجزاء المكان مطابقة بعضها ببعض بحيث يمكنك ان تنشيء فيها اشكالا متشابهة على جميع المقاييس. ان هناك مكاناً لمسياً ومكاناً بصرياً ومكانا عضليا وهي كلها من المعطيات المباشرة ، يقول ويليم جيمس إنّ جميع الاحساسات مكانية (Spatiales) أي ذات امتداد)) [3] ((والمكان هو الموضع ، وقد يكون وطناً او مدينةً او بيتاً او خباءً او قبواً او ظل شجرة او ظل حائط او بحراً. والمكان عند الشاعر ليس ذلك الموضع الساكن وانما

(1) مسلم – طاهر عبد / عبقرية الصورة والمكان – دار الشروق للنشر والتوزيع – عمان 2. . 2 – ص 22.

(2) المصدر نفسه – ص 24.

(3) جميل صليبا / مصدر سابق – ص 412 – 413.

هو النابض بالحياة وإنْ كان طللاً لما فيه من ذكريات تبعث في النفس الحنين وتثير الاشواق))[1]((فالمكان لم يعد اطارا وحسب بل هو عنصر رئيس لايمكن تجاوزه في أي عمل روائي واية ذلك ان احداث الرواية لاتحدث الا في مكان والشخصيات الروائية لاتعيش الا في مكان والزمان يحتاج الى مكان يحل فيه ويسير منه او إليه ولاشيء يجري خارج المكان وإنّ وجود الاشياء في المكان أوضح وأرسخ في وجودها في الزمان))[2]. وفي الفن فإن المكان يأخذ مفهوم الفضاء فيما يفسر العمل الفني من خلال الادراك المكاني المرئي لفضاء العمل وما تتجمع فيه من عناصر فنية بنائية فالمكان في اللوحة ((نظام جمالي، من العلاقات التكوينية والدلالية بين الوحدات والعناصر الفنية وأحيازها المحيطة، لتكوين صورة متوهمة تصبح أنموذجاً لتمثيل بنية مكان او موقع ما. عبر منظومتها العلامية))[3]. ((ولعل جمالية المكان هي الرموز المستمدة من هذه الطبيعة والمكان، فالشمس رمز القوة والضعف في الوقت نفسه))[4]، لذلك فإن لعامل المكان وظيفة تأويلية لرموز ودلالات العمل الفني ((حيث يبدو المكان مسرحا للعمليات الذهنية))[5]، ((والمكان اشبه بمشهد درامي مركب من الشخوص الانسانية التي تصنع الحدث ومن الشخوص المكانية التي تحتوي ذلك الحدث وعليه فإن الحضور المكاني يرتبط بعلاقات مع الحضور الانساني والمحيط البيئي لذا يمكن دراسته من خلال جانبين:

ا- العلاقة مع الانظمة الانسانية. ب - العلاقة مع الانظمة الطبيعية.))[6] ويرى ارسطو ان المكان ((سطح باطني في الجسم الحاوي المماس للسطح الظاهر من

(1) أحمد مطلوب (الدكتور) / عاشق بغداد – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 2. . 1 – ص 69.

(2) بسام قطوس (الدكتور) / سيمياء العنوان – وزارة الثقافة – الأردن- عمان 2. . 1 ص 135.

(3) الخفاجي – مكي عمران راجي / مصدر سابق – ص 7.

(4) المحادين – عبد الحميد / المكان الروائي – مجلة البحرين الثقافية – أكتوبر 2. . 1 – ص 26.

(5) يوسف حطيني (الدكتور) / سميرة عزام رائدة القصة القصيرة الفلسطينية – دار العائدي – دمشق 1999 – ص 166.

(6) طاهر- أسماء نيازي / مصدر سابق ص 94

الجسم المحوي، فلم يقبل ماعرف به البعض من ان المكان هو الفراغ الخالي ففي نظره ان العالم الخالي محال)) [1].

اما المكان اللامتناهي فهو المكان الخالي من الناس ((وهو الأرض التي لاتخضع لأحد، مثل الصحراء، او المحيطات، او الجبال الشوامخ، هذه الأماكن لايملكها أحد)) كما يقال له الفضاء ايضا عند الروائيين.

اما تعريفنا الاجرائي لمفهوم المكان:

فهو الوعاء الذي يكون فيه الزمان وبذلك يعد نقطة اساسية في الحديث عن ثنائية الزمان والمكان فلا زمان بلا مكان ولا مكان بلا زمان وان وجد واحد منهما بهذا الشكل او ذاك (منفصل عن صاحبه) في أي بناء فني او تشكيلي او تصميمي لابد من ان تقارب هاتين الوحدتين من بعضهما الاخر لتقرب الى ذهن المتلقي وظائف المكان مشتبكة ومتصلة مع الزمان والعكس صحيح .

مما تقدم نستطيع القول أن الزمان والمكان يجتمعان معاً في اصطلاح (الزمكان) ((لان قياس الزمان والسرعة يتطلبان معرفة موقع وسرعة انتقال الملاحظ، ولامعنى له خارج هذين المعطيين)) [2].

4 – البنية (Structure):

أ – لغويا :

البنية ((ما بنيته، البنى، والبنى، وأبنيته، أعطيته بناءً، او ما نبني به دارا)) [3]، والبنية ((نظام تحويلي يشتمل على قوانين ونعني عبر لعبة تحولاته نفسها، دون ان تتجاور هذه التحولات حدوده او تلتجئ الى عناصر خارجية. وتشتمل البنية على ثلاثة طوابع، هي الكتلة / التحول / التعديل الذاتي. والبنية مفهوم تجريدي لإخضاع الأشكال الى طرق أستيعابها)) [4].

---

(1) يوسف- عقيل مهدي (الدكتور) / الجمالية بين الذوق والفكر – مطبعة سلمى – بغداد ط1 1988 ص 47 .

(2)سيزا قاسم / القارئ والنص العلامة والدلالة – المجلس الأعلى للثقافة – القاهرة 2. . 2 – ص 45.

(3) الفيروزبادي / مصدر سابق – ص 1632.

(4) سعيد علوش / مصدر سابق – ص 52 .

ب – اصطلاحيا:

((للبنية معنى خاص وهو أطلاقها على الكل المؤلف من الظواهر المتضامنة بحيث تكون كل ظاهرة منها تابعة للظواهر الأخرى، ومتعلقة بها))[1]، لذلك يرى الباحث انسجاماً على ما أجمعت عليه المعجمات العربية والأجنبية ولاسيما الانكليزية والفرنسية على أنّ البنية هي بناء فكري يطوره المصمم في ضوء فكرة ملصقه وهذا يعني ان للبنية أكثر من مستوى فني كالمستوى الدلالي والمستوى الاجتماعي والمستوى السياقي، ولذلك وجد الباحث أنّ هناك علاقة حميمة بين الزمان والمكان في حركة البنية للملصق المعاصر، كما ان لها علاقة وثيقة بالفنون الأخرى والآداب الانسانية لأنها تنطلق من البناء الذي يستند اليه الملصق بوصفه نتاجاً فنياً وطباعياً تطبيقياً.

5 – **المعاصر** (Contemporain):

أ – لغويا:

((لدى ابن منظور (معتصري، عمري، ودهري)))[2]، وعرفه الرازي بأنه ((الدهر والجمع عصور))[3]((والعصر: اليوم والليلة والعشي الى أحمرار الشمس))[4]، ((ويستحيل تعريف (المعاصر) دون التزام بالزمن الطبيعي، فهل (المعاصرة) تعارض لايفهم دون استحضار (الأصالة)؟ لذلك كانت الأولى تشير الى الآني والمتحول، بينما الثانية الى الماضي والثابت. والمعاصر مفهوم نسبي لمسايرة العصر في جل تطوراته ومفاهيمه))[5]

(1) جميل صليبا / مصدر سابق – ص 218.

(2) أبن منظور / مصدر سابق – الجزء (19 –2.) – ص 575.

(3) الرازي / مصدر سابق – ص 436.

(4) الفيروزبادي / مصدر سابق – ص 566.

(5) سعيد علوش / مصدر سابق – ص 15..

ب – اصطلاحيا :

اما ((العمل الفني يكون معاصرا بقدر حملة سمات وملامح عصره ومعطياته الجمالية ، بالإضافة الى بعده الزمني (الراهن)))[1].

اما تعريفنا الإجرائي لمصطلح المعاصر فهو المتزامن حدثا مع غيره في وقت واحد. كما ويتفق الباحث مع التعريف السابق.

(1) الخفاجي – مكي عمران راجي / مصدر سابق – ص 17.

الفصل الأول

الزمان في التصميم الطباعي

الزمان في التصميم الطباعي

1 – مفهوم الزمان فلسفياً:

((فكرة الزمان او الإحساس بالزمان بالمعنى الذي يتفق عليه الناس في استعمالهم العادي لاتحتاج الى بيان او أيضاح تماما مثل فكرة الوجود نفسه، او المكان، وهذا مانبه عليه بعض الفلاسفة المثبتين لحقيقته ولوجوده))[1] فللزمان في الفلسفة مفاهيم عدة، ولكل فلسفة بمرجعياتها المختلفة الأفكار والأتجاهات، كان لها تفسير خاص لمفهوم الزمان، وقد يكون ذلك المفهوم مختلفاً ومتشابهاً بين تأويل وتعليل فلسفة عن أخرى. فترتبط فكرة الزمان عند (أفلاطون) ((بفكرة خلق العالم. ولكي يجعل الآله الخالق عالمنا شبيها بالنموذج المثالي، أراده حياً متحركاً، ووهبه نوعاً من الخلود او النظام المقارب للخلود، لكي يشابه الأصل الذي يحاكيه، لذلك خلق له الزمان كصورة ومحاكاة للأبدية، بحيث يكون الزمان صورة متحركة للأبدية))[2]. فالزمان عند (أفلاطون) صورة متحركة للأبدية، لأنّ طبيعة الحي في ذاته أبدية. ((والزمان مولود مع الكون، ومعه قد ينحل يوما، على مثال الطبيعة الأبدية))[3]، اما أرسطو فقد زعم أنّ الزمان هو ((مقدار حركة الفلك الاعظم وذلك لأن الزمان متفاوت زيادة ونقصاناً فهو اذن كم وليس كماً منفصلاً لامتناع جوهر الفرد، فلا يكون مركبا من آنات متتالية فهو اذن كم متصل، وقد أخذ معظم فلاسفة العرب بهذا المعنى الارسطي إلا أن المتكلمين زعموا أن الزمان أمر اعتباري موهوم. والزمان عند بعض الفلاسفة: اما ماضٍ او مستقبل وليس عندهم زمان حاضر،

---

(1) الآلوسي – حسام محي الدين (الدكتور) / مفهوم الزمن في الفلسفة عموما وفلسفة العلم خاصة – مجلة الرواد – العدد الأول – بغداد 1996 – ص 4.

(2) يوسف حبي (الدكتور) / الحياة أستمرار وخلود – المجمع العلمي العراقي – بغداد 2... – ص 74 – 75.

(3) المصدر نفسه – ص 75.

بل الحاضر هو الآن الموهوم المشترك بين الماضي والمستقبل))[1] ، ((إذ ليس في الزمان من سريع وبطيء ، كما في الحركة والتغييرفإن (الآن) هو حلقة الوصل في الزمان ، او الذي به يكون الزمان متصلاً ، وهو أيضا مايقسم الزمان الى أجزاء دون ان يحتسب الآن جزءاً من الزمان بل فاصلة بين الماضي والمستقبل ، تماما كالنقطة التي تقسم الخط دون ان تعد جزءاً منه. ولايوجد حد أدنى من الزمان ، كما لايوجد حد أدنى من الخط ، وإضافة الى كون الزمان مقياس الحركة ، فهو أيضا دائري وتكراري ، بحسب أرسطو))[2] كما يذهب (أرسطو) الى تقسيم الزمان الى زمانين ، ((زمان مجرد عرفه بأنه عدد الحركة ، وعياني ربطه (برغسون) بتيار الشعور المستمر))[3].وقد كان اليونان والرومان ومن سبقهم من الأمم يرسمون ((الزمان إلها وشخصوه و وضعوا له تمثالاً يبدو من خلاله شيخا أشيب اللحية جليل القدر عريض الجبهة مكشوف الرأس كثيف الشعر ، له عينان براقتان تدلان على حدة الذكاء والنجابة))[4].

كما ان الزمن قد منح ((بأمانة مطلقة فرصة ذهبية لأن تشخص بعض المواقع الحضارية والتي كانت كعواصم حضارية ، ان تنال صفة الخلود))[5] ففي ((ذروة الحضارة ، على العموم تهبط الفاصلة الزمنية الى حدها الأدنى ، ويرتفع زخم المطاوعة الى الحد الأقصى وتلك هي ذروة التفاعل وأخصب مراحل الأمم وأسعدها))[6]. اما الفيلسوف (أفلوطين) فقد رأى ان هناك تناقضاً في فكر وتفسير (أرسطو) لمفهوم الزمان ، ((فهو يرى ان الزمان هو مقدار الحركة من جهة ، بينما يرى في الحركة مقياس الزمان من الناحية الأخرى))[7].

---

(1) جميل صليبا / مصدر سابق – ص 636 – 637.

(2) يوسف حبي / مصدر سابق – ص 76.

(3) الشحاذ / مصدر سابق – ص 49.

(4) الصائغ / مصدر سابق – ص 65.

(5) زهير صاحب (الدكتور) وآخرون / دراسات في بنية الفن – أي كال للطباعة – بغداد 2. . 2 – ص 6.

(6) ميشال عاصي (الدكتور) / الفن والأدب – مؤسسة نوفل – بيروت ط3 198. – ص 29.

(7) يوسف حبي / مصدر سابق – ص 76.

اما الفيلسوف (ليبنتز) فيرى أنّ الزمان ((مجرد تصورات ذهنية وحجة ليبنتز انه اذا كان الزمان مستقلاً عن الاشياء التي تدوم فلا يمكننا أن نعلل لماذا خلق الله العالم في اللحظة التي خلقه فيها والحل حسب ليبنتز الزمان وأناته المتتالية وجد مع الخلق)) [1].

اما (كانت) فقد عد الزمان ((الصورة المميزة لخبرتنا والزمان معطى بصورة اكثر مباشرة، واكثر حضوراً من المكان او من أي مفهوم آخر كالسببية او الجوهر فالفوضى الطنانة المنفتحة في الخبرة تولد وعياً مباشراً بأن بعض العناصر تتابع او تتغير او تدوم فالتتابع والسيولة والتغير اذن تنتمي الى معطيات خبرتنا الاكثر مباشرة واولية وهي نواح للزمان فكأن لا خبرة هناك الا وهي تقسم بدليل زماني ملاصق لها)) [2] كما اعتبره أي الزمان ((دلالة مرتبطة بتحليل حالات الشعور)) [3] وهو رأي الفلاسفة المحدثين، فالزمان لاينفصل عن مفهوم الذات، وان الفرد وقد يكون الفنان نفسه او المصمم على سبيل المثال لاتظهر خبرته ومعرفته الا من خلال التتابع الزماني والتغيرات الزمانية المتعلقة في شخصيته فضلاً عن التفسير المنطقي للحدث او الظاهرة في العمل الابداعي. كما ان الزمان عند (كانت) وثيق الصلة بالمكان، فالزمان والمكان في رأيه ((صورتان فطريتان في الحساسية الصورية للإنسان أي أنّ صورتيهما موجودتان في الحس الصوري بصورة مستقلة عن التجربة وينتج من ذلك أنّ كل مانعزوه للأشياء من احكام متعلقة بمكانها وزمانها فهو مستمد من فطرتنا ولم نعتمد فيه على ما أتانا من الخارج بواسطة الحس)) [4]، بل انهما حدس خالص ((وأن الزمن لا نهائي غير محدد متصلاً منسجماً إلا انه ذو بعد واحد)) [5]

اما (هيكل) وهو من فلاسفة المثالية الجديدة فقد وصف لنا ((تكون الزمان او بكلام أدنى التكون الذاتي لمفهوم الزمن لم يتصور تحليلاً لماهية الزمن، الماهية المجردة

---

(1) الآلوسي – حسام محي الدين / مصدر سابق – ص 9.

(2) ميرهوف – هانز / الزمن في الادب – ترجمة الدكتور أسعد رزق – مؤسسو فرانكلين للطباعة والنشر – القاهرة – نيويورك – 1972 – ص 7.

(3) عناد غزوان / مصدر سابق – ص 62.

(4) يوسف حبي / مصدر سابق – ص 76.

(5) يوسف حبي / مصدر سابق – ص 76.

للزمن المجرد، للزمن الماثل في الفيزياء، الزمن النيوتوني، الزمن الكانطي، الزمن المستقيم الخاص بالصيغ والساعات. انما المقصود شيئا آخر، انه الزمن ذاته، الواقع الروحي للزمن، وهذا الزمن بالذات لايجري بطريقة أحدية الشكل وهو فضلاً عن ذلك ليس وسيطاً منسجماً يمكننا ان نجري من خلاله كما انه ليس عدد الحركة ولانظام الظواهر، انه اُغتناء، حياة، أنتصار، وهو ذاته روح وماهية، اننا نستلهم من خلال ذلك تراكيب الماهية والحياة، الفكر والزمان)) [1] فالزمان والمكان عند هيكل نتاج المطلق [2]. لقد صاغ (هيكل) مثلاً ((منطقا (جدلياً) جديداً صممت مقولاته الاساسية لالتقاط التغير الزمني والتفاعل الحيوي للأحداث في نظام صوري)) [3]. اما القديس (أوغسطين) فيرى ان ((الخلق عنده مفهوم لاينفصل عن التغيير والزمن صورته)) [4]، اما الزمان عند برغسون فهو ((الديمومة بلا انفصال والطابع المطلق للديمومة في صورة سيال موحد، والزمان شيء متصل، لايتألف إطلاقاً من آنات)) [5] ويعد هنري برغسون من بين أضخم العقول بعد الفيلسوف (هيكل) حيث ربط الزمان بالإبداع موضحاً ((أن إبداع الفنان يمتاز بشعور فردي مرهون بزمانه الخاص لذلك كان الإبداع هو عملية انتزاع الفنان نتاجه الفني من تيار الديمومة لكي يتعامل معه من خلال مادة أولية او اسلوب)) [6].

اما (مارتن هيدجر) فقد ذهب ((الى الاعتقاد بأن الزمان الحقيقي ذو ابعاد أربعة: المستقبل، الحاضر، والتلامس مابينهما وهذا التلامس هو الذي يفتح الابعاد الثلاثة الاخرى بعضها على البعض ومن هنا قيل ان وجودنا يزداد ثراء وامتلاء كلما توغل بنا الزمن وكلما تدفق وغاص في مجرى شعورنا، فحركة الزمن انما تمثل حركة شعورنا التي

---

(1) باشلار - غاستون / جدلية الزمن - ترجمة خليل احمد خليل - المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر - بيروت - ب ت - ص 112-113.

(2) يوسف حبي / مصدر سابق - ص 79.

(3) ميرهوف - هانز / مصدر سابق - ص 8

(4) كرمود - فرانك / الاحساس بالنهاية - ترجمة الدكتور عناد غزوان وجعفر صادق الخليلي - دار الرشيد للنشر - بغداد 1979 ص 77

(5) الآلوسي - حسام محي الدين / مصدر سابق - ص 12- 13.

(6) يوسف - عقيل مهدي / مصدر سابق - ص 77.

لاتخضع للتعريف او التحديد))[1]. وهناك أراء لفلاسفة آخرين يرون أنّ الانسان قد اكتشف الزمان من تفاعله مع الوجود أي المتغير واصبح أي (موجودا) حسب رأي (صموئيل الكسندر) ((هو جزء معين من المكان الزماني (Space- Time) لا كما حدده افلاطون بقوله ان الوجود الحق خارج الزمان اذ ان المطلق هو الذي يرتب الزمان في عموم الفلسفة المثالية لانجد تميزاً اساسياً في التجربة الشعورية بين الزمان النفسي الشعوري والزمان المطلق الا عند الوجوديين اصحاب التجربة الشعورية))[2]. اما الفيلسوف (رايشنباخ) فيذكر أنّ الزمان قد ((اظهر صفات التجربة البشرية فحواسنا تقدم الينا ادراكاتها حسب ترتيب الزمان وعن طريقها تشارك في المجرى العام المتدفق للزمان الذي يمر خلال الكون وينتج حادثا بعد حادث. ويخلف ماينتجه وراءه ليكون اشبه ببلورة لكيان سيال معين كان مستقبلاً واصبح الآن ماضياً لايمكن تغيره. اما موقفنا نحن ففي وسط هذا المجرى المتدفق هو الوسط المسمى بالحاضر غير ان ماهو الآن حاضر ينزلق الى الماضي، على حين اننا ننتقل الى حاضر جديد ونظل على الدوام في الآن الأزلي، اننا لانستطيع ايقاف التدفق ولاتستطيع ان نعكس اتجاهه ونعيد الماضي فهو يحملنا معه بلا هوادة دون ان يمنحنا فترة للراحة))[3].

اما الفلسفة الاسلامية فقد تعددت في فهم الزمان وتأويله، من خلال التقدم الفكري والعلمي الذي يتمتع به الفلاسفة العرب والمسلمون ولعل من أبرزهم (الفارابي)، والذي يقول في كتابه (الجمع بين رأيي الحكيمين) ((ومعنى قوله أي ارسطو إن العالم ليس له بدء زماني إنه لم يتكون أولاً فأولاً بأجزائه كما يتكون البيت مثلا او الحيوان.. فإن أجزاءه يتقدم بعضها بعضاً بالزمان والزمان حادث عن حركة الفلك فمحال ان يكون لحدوثه بدء زماني. ويصح بذلك أنه إنما يتكون عن إبداع الباري جل جلاله إياه دفعة بلا

---

(1) عناد غزوان / مصدر سابق – ص 62.

(2) الخطيب – عبد الله / مصدر سابق – ص 199 - 2...

(3) الآلوسي – حسام محي الدين / مصدر سابق – ص 4.

زمان وعن حركته حدث الزمان)) [1] فالزمان عنده مقدار الحركة في الفلك الكبير او الأعظم، فالزمن ((متى ماعارض باضطرار عن الحركة، وإنما هو عدة عدها الفعل حتى يحصي به ويقدر وجود ماهو متحرك أو ساكن)) [2]، ويقول (الفارابي) أيضا ان ((العالم محدث لا على انه كان قبل العالم زمان لم يخلق الله فيه العالم ثم بعد انقضاء ذلك الزمان خلق العالم بل على ان العالم وجوده بعد وجود الله بالذات)) [3]. اما (أبن سينا) فيؤكد ان الزمان والحركة محدثة بالذات، قائلا ((: لوكان حدوث الزمان زمانيا أي لو كان له مبدأ زماني لكان حدوثه بعد ما لم يكن أي بعد زمان متقدم فكان بعدا لقبل غير موجود معه وكل ماكان كذلك فليس مبدأ للزمان كله. فالزمان مبدع أي يتقدمه باريه فقط بالذات. ومعنى المحدث الزماني انه لم يكن ثم كان. والحركة مثل الزمان ليست محدثة حدوثا زمنيا)) [4].

اما الفيلسوف العربي (ابن رشد) وهو أحد الفلاسفة العرب الكبار والذي طالما عد الزمان بمعنى اللاتناه، حيث يؤكد (أبن رشد) على ان ((الزمان شيء تفعله النفس ومراوحته في النظر الى الزمان بين كونه عددا وكونه معدودا)) [5]. فالزمان ((الذي هو لامتناه ليس هو موجودا بالفعل وإنما هو ماض قد انقضى ومستقبل آت، وكلاهما له الوجود بالقوة، واما الآن فهو حد لهما يصل بينهما)) [6] كما انكر (أبن رشد) ((ان يكون الزمن عرضاً او أنفعالاً، لأنّه حركة بل هو عرض لحركة واحدة هي حركة السماء الأولى، والزمن الذي تعده هذه الحركة هو المقياس لسائر الحركات، وحركة السماء نحن ندركها من تغيرات وجودنا اذ علتها هي حركة المحرك الأول)) [7].

---

(1) لآلوسي – حسام محيي الدين (الدكتور) / حوار بين الفلاسفة والمتكلمين – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد ط2 1986 – ص 19.

(2) الدوري – سهاد عبد الجبار / مصدر سابق – ص 13.

(3) الآلوسي / حوار بين.. – مصدر سابق – ص 3..

(4) المصدر نفسه – ص 45.

(5) الآلوسي – حسام محي الدين / مصدر سابق – ص 4.

(6) المصدر نفسه – ص 154.

(7) الدوري – سهاد عبد الجبار / مصدر سابق – ص 15.

اما (الغزالي) فقد عرف الزمان بأنه ((حادث مخلوق وليس قبله زمان أصلاً. ومعنى قولنا أن الله متقدم على العالم والزمان، انه كان ولا عالم ولازمان ثم كان معه عالم وزمان))[1] لذلك فيعلل (الغزالي) كسائر الفلاسفة المسلمين بعقيدتهم التي تستلهم الروح والذات اللآلهية من الأيمان بوحدانية الله عز وجل في تأسيس وأحتساب الزمان ككل قائم جاء بمجيء الخلق، فالزمان مخلوق مع العالم، فلايوجد زمان قبل خلق العالم، انما هذا التصور قد يكون ضمن دائرة الوهم والأختلاق، مثل تصور خلاء او ملاء خارج العالم. ((وللزمان بدء وبدؤه هو الأول المحض – أي الله – وبدء الشيء غير الشيء وكل العالم أنما هو مركب في الحقيقة من بسيطين وهما المادة والصورة))[2] لذلك فأن هناك نزاعا بين الفلاسفة العرب والمسلمين فيما يتعلق بموضوع الزمان، فهناك من ((يرون ان الزمان غير موجود قبل بدء العالم، لأنه مقياس حركة العالم او الحركة الفلكية، فاذا لم يكن عالم لم تكن هناك حركة او زمان))[3] فضلاً عن كون الزمان ليس شيئاً غير مايدركه الذهن والعقل والحواس، من خلال الحركة وتتابعها، وبذلك فإنّ طروحات الفلاسفة المسلمين قد أقتربت تأويلياً وتفسيراً من طروحات الفيلسوف أرسطو الذي عد الزمان حركةً. كما ان التطور البشري على وجه البسيطة حيث سار الزمان معه جنباً الى جنب وتأثر بالحضارة والمدينة ((ان ميزات الزمن في الحضارات القديمة ليس هو الساعات، بل هو مقياس بشري، بمعنى قياسه حسب حاجات الانسان ذلك لأن الدلالة الانسانية للزمان تعني شيئا اكثر من مجرد الارقام يتجلى ذلك في ربط الزمن بالأحداث الحياتية والاجتماعية والكوارثية، وبالليل والنهار والفصول، ووضعت التقاويم لغرض عملي حياتي))[4]، فالزمان ((شيء متصل لا يتألف إطلاقاً من أنات))[5]، ومن هنا ((فنحن الذين نرتبط

---

(1) الآلوسي / حوار بين .. - مصدر سابق – ص 172.
(2) الآلوسي / مصدر سابق – ص 26.
(3) المصدر نفسه – ص 1. 6.
(4) الآلوسي – الزمن / مصدر سابق – ص 6.
(5) نفسه – ص 13.

بحياة الفكر – أجنح الى الاعتقاد بأن المفتاح لفهم العالم انما هو المعرفة ، أي معرفة الماضي والمستقبل ، فأذا أحرزنا تلك المعرفة فقد نحرز الحكمة))[1] ، ((فالزمن بالمعنى الدقيق للكلمة هو علاقة))[2] . ((ومعنى الزمان قد يكون مرادفاً لمعنى الديمومة او قد يكون مختلفاً عنه ، والزمان الوجودي هو الزمان الذاتي او الزمان الوجداني المصبوغ بالأنفعال كزمان الانتظار او زمان الأمل ، وهذا الزمان ليس كماً وانما هو كيف لايقبل القياس على خلاف الزمان الفاعل الذي يطلق على التأثير في الاشياء فهو موضوعه وكمي وقابل للقياس))[3]((ويتأرجح الزمان بين الموضوعية والذاتية تحت التكهنات الفلسفية تارة وتحت القياس والتجربة تارة أخرى))[4].وقد ((ارتبطت فكرة الزمن بفكرة التناغم المتكرر ، وأصبحت فيما بعد أساساً جوهرياً لتقسيم الزمن وقياسه ، فتأريخ هذه الفكرة يعود الى الأسطورة المتعلقة بالقمر أور (Ur) في إحدى الحضارات القديمة التي كانت تعبد القمر ، لأنّ المراحل القمرية من هلال وبدر ثم قمر مثال واف وجلي للتكرار المستمر لهذه الظاهرة من جانب ومن جانب آخر فهو أي القمر يمدنا بوحدة قياس للزمن بدلاً من السنة الشمسية))[5]

كما صنف بعض الفلاسفة المحدثين الزمانية الى نوعين ((الأولى زمانية الوجود في العالم مع الآخرين ، والثانية هي الزمانية العميقة التي يكمن مضمونها في محاولة حل لغز الموت والأبدية))[6].

2 – الزمان في التصميم الطباعي:

الزمن في الفن ((حسي داخلي مشروط بالتأمل فنحن نشعر بالقبل والبعد ونحن بإزاء تذوق أي عمل فني ، كما ان لحظات التجربة الجمالية تترابط في الاستمتاع الجمالي

---

(1) أيزلي – لورين / مدار الزمن – ترجمة الدكتور عبد الرحمن ياغي – المكتبة الاهلية – بيروت – 1962 ص 146 .

(2) باشلار – غاستون / جدلية الزمن – مصدر سابق – ص 133 .

(3) جميل صليبا / مصدر سابق – ص 638.

(4) الصديقي – عبد اللطيف (الدكتور) / الزمان أبعاده وبنيته – المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع – بيروت 1995 – ص 11.

(5) المصدر نفسه / ص 21.

(6) وورد – ديفد / الوجود والزمان والسرد – ترجمة سعيد الغانمي – المركز الثقافي العربي – الدار البيضاء 1999 – ص 3..

ترابطاً أحكم مما يحدث لها في أي نوع آخر من التجربة. ان أي عمل تشكيلي ينطوي بصفة دائمة على عنصر الزمن الذي يميز بخصائص رئيسة هي ان يكون بعداً من أبعاد العمل الفني وان يكون بمثابة الصيغة الزمنية له)) [1]، ففي الفن التشكيلي يكون لعامل الزمان أثر بالغ الأهمية في بناء الفكرة التعبيرية من جهة، وبيان الأهمية الدلالية من جهة أخرى. كما ان الزمان يستدل عليه من خلال تحليل مكونات العمل الفني تحليلاً منطقياً من حيث المكونات الظاهرة والمقاصد المستترة، وكما تم الاصطلاح عليه بالبعد الرابع ((وهذه الحقيقة تعزى الى تشريح الصورة وعزل الموضوعات المرسومة من العالم الخارجي من خلال لغة رمزية تمنح معنىً للواقع المستقل داخل اللوحة نفسها)) [2] لقد برهن الفنانون التكعيبيون على وجود البعد الرابع (الزمان) في أعمالهم الفنية وبشكل مجسد وواضح للمتلقي، ومن هؤلاء الفنانين كان الفنان بابلو بيكاسو الذي جسد الزمان في العمل الفني في لوحته الشهيرة (الجورنيكا)، الشكل (1)، التي رسمها في 28 نيسان من عام 1937م، وتمثل اللوحة ((شهادة مؤثرة وعميقة وصادقة عن ارتباط بيكاسو بالمصير الانساني وتظهر لنا ايضا عمق جذوره بوطنه أسبانيا وكيف تتجدد طاقته أبداعاً ونشاطاً في كل وقت يعانق فيه أرض وطنه أسبانيا، تماماً كتلك الاسطورة القديمة عن أنتيوس الطائر في الهواء الذي يخلق من جديد في كل وقت يعانق فيه أمه الأرض)) [3] لقد حاول بيكاسو إثبات التواصل الحركي للزمن في نقل وقائع المأساة والأحساس بالآلام والمحنة، لقد برهن الفنان على ((عمل الفن هو ان ينقل رسالة لازمن لها، غير انه لايمكن تفسيره، الا بوساطة المعرفة بالأحوال والمرجعيات التي قادت الى ظهوره)) [4] فالمرجعيات كانت مؤسسة للزمن في لوحة الجورنيكا من خلال الرسوم والعناصر البنائية والصراع الدرامي داخل العمل الفني، وقصة هذه الملحمة تعود الى عام 1937م وأثناء الحرب الأهلية

---

(1) الدوري – سهاد عبد الجبار / مصدر سابق – ص 4. .

(2) صالح – قاسم حسين / في سايكولوجية الفن التشكيلي – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد – 199. – ص 56 .

(3) المصدر نفسه / ص 21.

(4) زهير صاحب / مصدر سابق – ص 44.

الأسبانية ، حيث قصفت الطائرات الألمانية الجورنيكا وأشتعلت النيران في أنحاء تلك المدينة الآمنة كافة ، فمات وجرح وشرد العديد من الاهالي الآمنين من الرجال والنساء والشيوخ والاطفال ، وهذا الزمن قد أظهره بيكاسو متجسدا بشكل واقعي من خلال الجانب النفسي (السايكولوجي) الذي يمكن من خلاله إدراك المرحلة الكبرى في الصراع ضمن الواقع الحركي للزمان ، حيث ((يمكن ان يسهم الزمن في بعض الأحيان في رسم الجو النفسي للشخصيات ، وفي ربط الأحداث بحيواتهم الداخلية ، وعندها تبدو جميع عناصر الزمن ملحقة بالزمن الكابوسي او برؤياه المستبشرة))[1] ، فالزمن الكابوسي هو ماأراد الفنان بالفعل التركيز عليه من خلال الصراع الدرامي فضلا عن العلاقات الأيحائية بين عناصر الجورنيكا ، فالعمل الفني هذا عند بيكاسو لم يكن جمالياً تزويقياً بقدر مايكون زماناً وتحدياً في مقارعة الشر والدفاع عن المبادىء والقيم النبيلة ضد الأعداء الذين يحاولون تحطيم مدينتهم وتدمير قيم حياتهم.. لقد جسد بيكاسو زمن اللحظة في تفسير العمل الفني وتأويله ، فاللحظة ((عبقرية تتجلى فيها إمكانات المادة او هي جزء من الزمن الكبير للواقعة. فالحزن والشجن حالتان نوعيتان تفصلهما لحظة من الزمن الوجودي للحدث يتعقد الوجدان الفني إذا ماتداخلت حالات نوعية أخرى وهو مايقتضي اليقظة والإبداع يتحقق من المواءمة بين لحظتي الداخل والخارج))[2] فالداخل من خلال لحظات الصراع آنية الزمن لاسيما من خلال الحركة التي تتمتع بها عناصر العمل الفني ، فضلا عن الأنفعال الآني ايضا المتمثل عن طريق استخدامه لحدة الالوان وحالات الغضب والانفعال والحزن والمأساة في شخصية (المرأة الباكية) في زمنها ، ورأس الحصان الذي يصرخ من شدة الألم والحريق وهو تجسيد للزمن الغاضب ، لقد ربط بيكاسو الزمان بمفهوم الآنية وكأنك تطالع ملحمة تعيش زمانها ومكانها في استمرارية لاتنتهي ، كما حاول تخليد الزمان وتثبيت قيمه في هذا العمل ليطبع الأحساس بالتحدي والتفاني في الدفاع عن الأرض

(1) يوسف حطيني / سميرة عزام - مصدر سابق - ص 188.

(2) البهات - رضا (الدكتور) / اللحظة متكأ الأبداع في القصة القصيرة - الطليعة الأدبية 4/3 - آذار ، نيسان - بغداد 1988 - ص 35.

والأحساس بهذا الزمن الآني الكامن عند المتلقي او المتذوق بديمومة مستمرة ((فالديمومة هي جزء من الزمان وهي الزمن الذي تستغرقه حادثة معينة، ففكرة الزمان تبدأ عند فكرة الديمومة، وفكرة الديمومة ناتجة من التجربة الداخلية، فإدراك الديمومة يعني أننا ندرك في نفس الوقت تغيرا ودواما))[1] لاسيما ان بيكاسو سعى الى ديمومة الحدث الزمني ليتمكن من ربط الماضي بالحاضر.

اما السريالية (Surrealism) ((كما عرفها زعيمها (أندريه بريتون) على أنها آلية نفسية خالصة، يستهدف بوساطتها التعبير، ان قولاً، وان كتابة، عن السير الحقيقي للفكر، هي إملاء من الذهن في غياب كل رقابة من العقل وتأسيساً على ذلك فإنّ السريالية تهدف الى الغوص في أعماق اللاشعور للبحث عن مصدر الهام للفنان بعيدا عن الرقابة التي يفرضها العقل ومنطقياته. فهي إشكالية المعرفة والعلاقات القائمة بين الوعي واللاوعي التي نعتمد في حلها على منهج خاص يتطلب درجة عليا من التكامل))[2] ((وهي تيار يعني مافوق الحقيقة . أعظم آثاره هو الحركة الطليعية في الادب والفن تنبثق في السنوات العشر الاولى من القرن العشرين في الصور الميتافيزيقية الأيطالية (كارا Carra) وتمتد من جديد بعد نهاية الحرب العالمية الاولى نتيجة بقاء الازمتين، السياسية والاقتصادية واستمرارهما بجهود الخيال في الفن السريالي وكذلك الوهمية واللاحقيقية وفي استيعاب الفنانين لنظريات فرويد وهيجل وأول جماعة سريالية من الفنانين آرب، أرنست، كلي، مان راي، ماسون، ميرو))[3]. فالزمان في الفن السريالي مختلف كثيراً عن مفهومه في الفنون والمدارس الفنية الأخرى، فالزمان متحرك مع المكان، وهذا التحرك ارادي أذ ان الفنان السريالي هو المتحكم بزمانه ومكانه من خلال العمل الفني وإبراز الملامح الجمالية والتعبيرية بما يخدم الفكرة والهدف. فالزمان عند الفنانين السرياليين يتميز بالتجدد والقابلية على تكوين فضاء سردي يحاكي الفكرة ويوجه المتلقي نحو إبراز الغرابة والجدل وإثارة

(1) الآلوسي / مصدر سابق – ص 11.

(2) زهير صاحب / مصدر سابق – ص 94.

(3) كمال عيد (الدكتور) / فلسفة الادب والفن – الدار العربية للكتاب – طرابلس –1978 ص 167.

التساؤلات تجاه العمل الفني ودلالاته المصطنعة. فالزمان حر والمكان حر ولكن هذه الحرية مشروطة بقابلية الفنان على التحكم بها بنائياً وجمالياً فضلاً عن التعبيرية المصحوبة بالجدل والمرواغة. لقد جسد سلفادور دالي (19. 4- 1986) الذي انضمّ الى الحركة السريالية، في بدايات القرن الماضي، في لوحاته الفنية، الخيال المطلق مع الزمن المتغير وفق الرؤيا الذاتية للفنان نفسه وماتتطلبه رؤياه في تحقيق غاياته. فكانت لوحته (استمرارية الزمن) الشكل (2) (The Persistence Of Time) ((وليدة تناول الفنان لنوع رخو من انواع الجبن ويدعى Camembert cheese وقد قال عنها دالي نفسه (يمكنك ان تتأكد ان الساعات الرخوة تلك ليست سوى نعومة وإفراط وانعزال الزمن، ونظرة الفنان للزمان والمكان من خلال نظريته (البارانويا) وقد كتب مارسيل جين في كتابه (تأريخ الفن السوريالي) تحليلاً اكثر وضوحاً بشأن هذه الساعات ذاكرا أنّ كلمة ساعة في الفرنسية (Montre) لها معنيان: الاول هو كونها صيغة الأمر أي (أظهر) والمعنى الثاني (أظهار الوقت) وهناك تجربة طفولية واردة الحدث فالطبيب يسأل الطفل ان يخرج لسانه لغرض فحصه، واللسان بطبيعته رخو ومن خلال خلط المعنيين نحصل على مقطع (ساعات رخوة) تعد هذه التجربة اللامنطقية والقاسية نوعا ما بالنسبة للطفل، ولذلك تعد هذه اللوحة عملا ذا اصل حقيقي وجد طريقه في مخيلة الطفل والتي تؤكد عبارات عنوان اللوحة))[1]. كما برهن دالي ايضا على التحكم بالزمان وبوجوده، حيث وضع ذلك التصور في لوحة رسمها في أيام شبابه في حدود بدايات القرن الماضي، الشكل (3)، والناظر الى تلك اللوحة يتولد لديه شعور بالحيرة والتمدد في الزمن نحو العمق والضوء، لقد وضع دالي هذه اللوحة في مركزها السيادي تكويناً متكوناً من المربعات والمستطيلات والتي تبدو بما يمكن الاصطلاح عليه بالبكسلات (Pixels) وهي وحدة القياس في البرامج التصميمية الطباعية الحديثة والمنفذة بتقنيات الحاسبة المعاصرة، وقد مثل الشكل العام شخصية الرئيس الأمريكي السابق أبراهام لنكولن وملامحه والذي يدعى بمحرر العبيد،

(1) كونروي مادوكس / دالي – ترجمة دنيا فاضل – مطبعة الاديب البغدادية – ب ت – ص 35.

وعند ملاحظة اللوحة عن قرب يمكن الإحساس بمكوناتها الإنشائية، بيد أن النظر اليها من بعد تكون عبارة عن وجه للرئيس الأمريكي السابق الذكر اختزالياً بالشكل واللون والمساحة، وعند التمعن بها عن قرب يمكن ملاحظة وجود امراة عارية مقدمتها الى امام اللوحة، مع وجود بعض الصور الصغيرة والموزعة بين ثنايا الرأس وبعض التكوينات الزخرفية التزيينيّة. لقد أراد الفنان اثبات زمان الحرية من وجهة نظره فضلاً عن تمثيل زمان الحرية برمزين، الرمز الأول هو الرئيس إبراهام لنكولن محرر العبيد والذي دفع بعدئذ ثمن الحرية بحياته فكان رمزاً من رموز الحرية العالمية، مع الفتاة العارية وهي رمز السلام، الذي مثلها الفنان ديلاكروا في لوحته (الحرية تقود الشعوب)، فالزمان حاضر بالفتاة العارية وهو زمان الحرية، وقد أُستعان الفنان ماهود أحمد في لوحته (مرد الرأس) ايضا بنفس هذا الرمز، لقد حقق الفنان سلفادور دالي إيجاد وخلق الزمان بإرادته الإبداعية في تحريك الرمز وتثبيت المعنى. وعند استثمار الزمان كجزء مؤثر وفعال في العمل الفني لابد ان يكون المؤثر الفكري والتعبيري حاظراً من خلال المحيط الذي يحيط بالفنان والمصمم، فعندما يقوم المصمم الطباعي بتصميم ملصق موضوعي في الديمقراطية، فيستطيع الجمع بين عدة مفردات يمكن استثمارها لتوطيد الحضور الزماني كجزء من الفكرة وإدراك التعبير والدلالة كأن يضع المصمم فتاة عارية كالتي وضعها الفنان ماهود أحمد في لوحته (مرد الرأس) وهي تحمل الرأس المقدس، الذي كان يشير به الفنان ماهود أحمد الى رأس الأمام الحسين كدلالة على الزمان الحر او زمن الحرية المتجدد، ففي هذا الملصق، الشكل (4) أراد المصمم* ان يجعل مشهدين دراميين، او زمنين مختلفين من الصراع، زمن يبكي بألم، جسدته المرأة العجوز وهي تبكي من شدة ماتشعر به من آلام من فقدان أبنائها وبيتها وحريتها، خلال السطوة والديكتاتورية، وكأنها تعيش زمناً صعباً تعصف به الآلام، تشاركها النساء اللواتي يبكين بشكل صف طويل وهن يرتدين العباءة العربية المعروفة. كما أضاف المصمم من خلال اللون جواً حزيناً، ان الزمن مرتبط بالحزن في معظم تراكيب

* من تصميم الباحث.

وبنية الملصق فضلاً عن كون الألوان التي كتبت عليها العبارات ساعدت على تميز الزمان، فهناك زمان ماضٍ يناشد الحرية، وهناك زمان حاضر مستقبلي يدعو الى تطبيقها.

((فالفنان الحديث هو الذي ينطلق من الأشياء اليومية الأكثر شيوعاً، وهو الذي يجرب مادته وحظه ويلج عالم المغامرة، وليس لهذه المغامرة من هدف إلا ارتياد المجهول وتحقيق الغرابة وتفجير الأحتمالات. فمما يسم المغامرة أساسا هو الحركة وتفتحها على المستقبل وعدم الأكتمال فهي مغامرة غامضة، مسكونة بالتناقض))[1] لقد تعددت الرؤى فيما يتعلق بالمستقبل والحاضر والماضي والتي تعد ثلاثية الزمان في المتحقق من الفن على الرغم من التعدد الفكري الذي يصاحب كل مدرسة حديثة تنشأ في الفن. اما دعاة الفن الغرائبي، او مايمكن تسميته بالغرائبية Exotismus فهو تيار فني ولد في أوروبا، وقد اعتمد الفنان الغرائبي في معظم لوحاته وتصاميمه لاسيما الملصق على تغييب البعد التأريخي والحس الزمني، أذ ((ان تعامل المرء مع الغرائبي هو تعامله مع حضارته نفسها، وهو صراع المخاوف والآمال ومع الأحلام والكوابيس. فما لايجده الأوربيون في قارتهم أولا يستطيعون تحقيقه ينقلونه من شعوب وحضارات أجنبية ويؤولونه على طريقتهم الخاصة بوقاحة وجرأة))[2] ان الغرائبية هي تجريد العمل الفني من تحكم الزمان وعدم مقدرته على التأثير في فك الرموز والدلالات الشائكة التي يبديها الفنان الغرائبي، ففي ملصق لمعرض صناعي تجاري أقيم في برلين عام 1896م، الشكل (5)، للفنان أدولف فريدلاندير، يمثل راس التمثال المصري المعروف بأبي الهول، والذي يعد من الآثار المصرية الخالدة التي تركتها حضارة وادي النيل. كما وضع الفنان أجزاءً مختزلة في الألوان والشكل تمثل الأهرامات المصرية الشهيرة، بيد أن الفنان قد وضع ثلاثة أشخاص يقومون بالتدخين، أحدهم ذو ملابس بنية ويرتدي قبعة واقفاً على مقدمة تمثال أبي الهول وهو يقوم بإشعال سيكارة مثبتة في حلق تمثال ابي الهول!، (الغرابة الأولى)، بينما وضع الفنان

(1) سامي بن عامر / اللامتوقع في الفن التشكيلي – مجلة فنون – العدد (6) – تونس 1986 – ص 62.

(2) غرون – ستيفان و بينيديكت أيرتس / أنا عائد الى الشرق، الى الحكمة الأصيلة الأبدية - فكر وفن – العدد (47) – المانيا 1988 – ص 44.

الشخصين او الرجلين، أحدهما جالساً على رأس أبي الهول، بينما الآخر يحاول الوصول الى رأس التمثال. لقد حاول المصمم ان يجعل الغرابة في التحكم زمنياً بالمفردات الداخلة في بنية الملصق، وذلك بإيجاد مسوغ استعراضي ودعائي يجعل من لحظة الزمان قابلية على الترويج الإعلاني لمنتوج يتعلق بصناعة السجائر، من خلال التفاعل مابين زمنية الحضارة التي توقفت بدورها عن دلالات رموزها الحضارية لتتحول الى وسيلة دعائية ترويجية غرائبية

مماتقدم فإنّ الباحث يرى أن قياس ووجود الزمان في العمل الفني كان أم في الملصق سيكون محدداً بعدة معايير يمكنها قياس وجوده وتحديد حركته من خلال التكوين العام لبنية الملصق، ويمكن تقسيم تلك المعايير الى :

1- المعيار التأريخي من خلال الرموز الحضارية ومحاكاتها في الملصق.
2- المعيار النفسي (السايكلوجي) من خلال التفاعل مابين اللحظات وديمومتها وماتحدثه من صراع نفسي يدور داخل مخيلة المصمم ليتجسد تعبيريا، حيث يرى عالم النفس جانيت ((ان الزمن ماهو إلا تركيب فكري ذهني. ويرى أرنست ماخ ان إدراكنا للزمن مصدره الإحساس بمعنى ان إحساساتنا هي التي تدلنا على الزمن وتعرفنا به)) [1].
3- المعيار الحركي وما تحدثه العلاقات الفنية مابين عناصر التصميم داخل الملصق.
4- المعيار الآني والرؤيا المباشرة للمصمم في تحديد الزمان في الملصق.
5- المعيار اللوني من خلال دلالات اللون وماتحمله معها من مشاعر وأحكام تتعلق بالمنتج الطباعي.

ولكل من هذه الجوانب صفة إظهارية مميزة لمعنى ووظيفة الزمان في التصميم، ((ذلك لأنّ التصميم فن حسي مرئي وحاجته مادية إنسانية أي حاجة فعلية ذات معنى

(1) الصديقي — عبد اللطيف / مصدر سابق — ص 32.

أنساني قبل ان تكون روحية لذلك فإنّ زمان الفعل التصميمي على الرغم من إنّه حاضر مرئي من خلال عناصره، إلا إنّه دائم أي انه يلغي المفهوم الرياضي للزمن بتقطيع أوصاله وفصل آناته ان هذا الفصل انما هو في الحقيقة الزمن الفارغ بدون حوادث))[1] كما ان هناك علاقة بين الخبرات المختزنة داخل العقل البشري، والزمن الآني وهذا ماتجسده المخيلة الإبداعية عند المصمم وقابليته على الابتكار من خلال معايشة الحدث والأحساس به، والعقل البشري لايختزن زمن وإنما ذكريات ومؤشرات مرت بأزمان مختلفة بعضها لايذكرها، وتوصيل الأفكار من خلال لغة الزمن والتصورات المستقبلية في بعض اعمال المصممين، لاسيما مصممي الملصق. اما زمن التنفيذ فقد يكون آنياً مباشراً. فالملصق يتألف كسائر الفنون من شكل ومضمون (Form & Content) فهو لايخلو من دلاله زمانية ومكانية، يعرف بها، ويكون الزمان في الملصق مختلفاً في استثماره، ومعناه من حيث المضمون والشكل وقد تكون ايضا الصورة بتعبير آخر، وتختلف تلك الأشكال والمضامين باختلاف هدف الملصق وفكرته، فالملصق السياسي يكاد يكون قاسماً مشتركاً أعظم بين جميع الملصقات في العالم نظراً لعلاقة السياسة بحياة الانسان، فضلا عن الملصقات الاخرى كالسياحية والثقافية والاجتماعية والسينمائية والمسرحية.. الخ، فضلا عن التجارية التي تدخل ضمن فن الاعلان. والزمان في الملصق هو حركة غير مرئية داخل التصميم كما يمكن ان يكون فعلاً تقنياً، ومن هنا فقد عدّ الزمان بأنه روح الفكرة التي تحتويها الفضاءات المكانية في العمل الفني (الملصق)، ((فإنّ المصمم الطباعي عندما يختار تنظيماً شكلياً ونظاماً تصميمياً مبتكراً لابد وأنْ يعيش بين الحدين وصولاً الى الناتج لذلك فإنّ المسافة التي يشغلها هي مكان معادل للزمن وكلما اتسع المكان اتسع الزمن ضمن الافتراض التصميمي))[2].

(1) لدوري – سهاد عبد الجبار / مصدر سابق – ص 4. – 41.

(2) نصيف جاسم (الدكتور) / فلسفة التصميم بين النظرية والتنظير – بغداد - 2..2 – ص 27

ويتغير مفهوم الزمان بتغير الهيئة العامة للتصميم لتؤلف الوحدة التصميمية بشكلها النهائي، ((ان انتباهنا للشيء المرئي هو احدى وسائل إدراك جميع العناصر كأجزاء من كل واحد كما ان الوحدة المرئية تنشأ من وحدة إنشائية اكثر عمقاً وليست تلك الوحدة الانشائية مجرد ظاهرة طبيعية تأتي نتيجة ضرورة حتمية وهذه الضرورة في الطبيعة عبارة عن الفعل المتبادل بين قوى النمو وتأثيرات التشكيل بالبيئة المحيطة وفي عملية التصميم يكون الهدف هو إيجاد تعبير شكلي بالمواد عن طريق التكنيك))[1]، كما ان الصراع مابين المصمم والبيئة والفكرة يولد زمان الخطاب الموجه من خلال التصميم، والملصق نموذجا، وعند النظر الى الملصقات بموضوعاتها المختلفة سنجد ان الزمان قد استثمر اكثر من استثمار واحد، فالملصق التجاري على سبيل المثال يختلف في زمنيته وآنيته عن الملصق السياسي او المسرحي او الثقافي وتفسر الفلسفة كما بينا سابقا بإنّ الزمن آن من الآنات ومن هذا يعدّ بعض الباحثين الزمن نوعين، زمن آني يظهر ويختفي، وزمن ماضي تخلقه آنات ظهرت ثم اختفت لأي سبب من الاسباب. أما الذاتية وزمنها فتكون متعلقة بالقدرة الفسيولوجية والبايولوجية كما وضحنا في أعلاه، أي مايتعلق بحركة العين والإدراك البصري والحس الذهني الذي يتصل بالخيال والأفق الفكري الواسع للمصمم المبدع.

إن معيار الزمن في الملصق السياسي يعتمد بالدرجة الاولى على الحدث السياسي وتطوره وانبعاثه او انحساره و التي يمتلكها ذلك الملصق. ففي ملصق يتعلق بموضوعة الإرهاب*، الشكل (6)، والأرهاب هو من المواضيع الحساسة والسياسية المتداولة في عصرنا الحالي، تجسد الزمان بشكل واضح من خلال مكونات الملصق وبنيته الفنية فالزمان في اللون الأحمر والذي يبدأ بالاقتراب من السواد كدلالة على الدماء والظلام، كما وضع المصمم الغراب وهو بزمنه الآني والمتهيء للهرب بعيداً حاملاً بين منقاره شعار هيئة الأمم المتحدة، كرمز للسلام العالمي، والمعروف ان شعار هيئة الأمم المتحدة الذهبي

(1) سكوت - روبرت جيلام / اسس التصميم - ترجمة محمد محمود يوسف والدكتور عبد الباقي محمد ابراهيم - دار نهضة مصر / القاهرة - 1968 ص 44.

* من تصميم الباحث.

والذي يعلو المبنى المعروف لها وسط مدينة نيويورك، والغراب من الطيور التي تهوى سرقة المصوغات الذهبية والمعدنية الثمينة، وهي طبيعته الحياتية والبرية، لقد تم إنشاء زمن متحول مابين الآنية والمستقبلية، وذلك من خلال الأحساس الآني بتحرك الغراب وسرقته للشعار من جهة، وبين ما ماسيدور من تحولات زمانية مستقبلية من تدمير للعالم وتحطيم لمستقبل البشرية على الأرض اذا غاب القانون والشرعية الدوليان، لذلك خاطب المصمم المتلقي، بعبارة (لا ..للأرهاب) كتوكيد زماني على ماسيكون مستقبلاً من قتل للبشرية وسفك لدماء الأبرياء في العالم. كما ان للعامل اللوني والضوء كمعيار لقياس الزمان أساساً في تحديد الأهمية الكامنة للزمان المستقبلي تحديداً. كما يمكن ملاحظة ذلك في ملصق بعنوان (السكك الحديدية المصرية)، الشكل (7) يمكن ملاحظة قوة الأضاءة في تصميم الملصق وتوزيع الألوان وكأن المصمم أراد من خلال هذه القوة الضوئية واللونية تجسيد زمان الفعل داخل التصميم، كما جعل من كبر حجم مركز السيادة والتي تمثله الملكة المصرية القديمة نفرتيتي، وهي تنظر الى الأمام في مخاطبة ومحاكاة مباشرة للمتلقي، بينما يمكن ملاحظة بعض العناصر الحضارية التي قام المصمم بإدراجها في الملصق كالأهرامات وجامع الأزهر وزهور اللوتس، فضلا عن القوارب الشراعية المعروفة لدى المصريين القدماء. ووضع المصمم قطاراً يسير من تحت تلك المعالم الحضارية متقدماً الى الأمام وكأنه يتجه الى خارج حدود الملصق. لقد تعمد المصمم الى تكبير حجم مركز السيادة (الملكة المصرية)، مع إعطائها سمة لونية مؤثرة، لقد نجح المصمم من خلال التميز مابين الحجم، أي بين عناصر الملصق الأخرى ومركز السيادة في إثبات الحضور الزماني، وكأن الضوء ساهم في تحديد الزمن الماضي المتمثل بالحضارة المصرية القديمة وماتعيشه مصر الآن من تطور زمني يصاحب الجذور الحضارية. ((فلا زمان بدون إنسان يعطيه معنى التاريخ، ولامكان بلا إنسان يعطيه فضاءه الحي))[1] وهو المصمم، ومن ثم علاقته

(1) الحضور – جمال الدين (الدكتور) / قمصان الزمن فضاءات حراك الزمن في النص الشعري العربي – أتحاد الكتاب العرب – دمشق 2... – ص 21.

بـالمتلقي ، حيـث ان التلقـي وإدراك الزمـان مقـرون بـصورة عامـة بـالآدراك الحـسي (Perception) ((وهو مصطلح يشير الى قدرة الانسان على استخدام ميكانيزماته الحسية بقصد تفسير وفهم البيئة المحيطة به. او انه عملية توسطية لاستخلاص النتائج المنظمة عن العالم الحقيقي للزمان والمكان والاشياء والحوادثاو انه عملية ينجم عنها اختزال بيئة معقدة الى نظام مبسط يستطيع الجهاز العصبي السيطرة عليه))[1] ((فالزمان والمكان يصبحان اكثر من مجرد موضوعات للإدراك الحسي بمعنى انهما يصبحان عاملين على الحفاظ الذاتي))[2].

3 – **الدلالة والزمان:**

يعد علم الدلالـة مـن العلـوم الـتي تـرتبط بتحديـد مـتغيري الزمـان والمكـان ، وعلـم الدلالة Semantics هو ((العلم الذي يبحث في الدلالة الاجتماعية وهي الدلالة الأساسية للكلمـات ، فالدلالـة الاجتماعيـة او المعجميـة لكلمـة الكـذاب مـثلا هـي شـخص يتـصف بالكذب على أنّ هناك دلالات أخرى هي الدلالات الصوتية فكلمة تنضح مثلاً تعبر عن فوران السائل في قوة وعنف وتنضح تدل على تسرب الماء في تؤدة وبطء. فصوت الخاء في الأول له دخل في دلالاتها. والدلالة الصرفية ، والدلالة النحوية ،إذ ان نظام الجملة العربية يحتم ترتيباً خاصاً للكلمات وإلا اختل المعنى المراد. ولايتم الفهـم حتـى يقـف الـسامع علـى كل هذه الدلالات على طريـق التلقـي والمـشافهة ، وهـذا يتطلـب زمنـاً لـيس بالقـصير حتـى يسيطر المرء على لغة أدبية. ولاتختلف الدلالة المعجمية عن الدلالة الاجتماعية فـأن المعـاجم قديماً وحديثاً تتخذ من الدلالة الاجتماعية هـدفاً أساسياً. وتكـاد توجـه اليهـا كـل عنايتهـا ، ولاتعني من النحو والصرف إلا ماشذ من القاعدة النحوية والصرفية))[3].

كما ان العديد من المفكرين الدّلاليين والباحثين في علم الدّلالـة ، أكـدوا ان الدّلالـة متنوعة في المقصد والتوجيه الوظيفي ، فلكل علم أو اتجاه فكري دلالة تـرتبط بـذلك الفكـر

(1) قاسم حسين صالح / سايكولوجية ادراك اللون والشكل – دار الرشيد للنشر – بغداد 1982 – ص 14

(2) هربرت ريد / تربية الذوق الفني – ترجمة يوسف ميخائيل أسعد – بيروت – ب ت – ص 7

(3) مجدي وهبة (الدكتور) / معجم مصطلحات الأدب – مكتبة لبنان – بيروت 1974 – ص 5. 6 – 5. 7.

أو العلم، كما ان الدلالة تعتمد على قابلية المتلقي على التلقي من خلال الأتصال المناسب والواعي لتلك الدلالة.

((فالدلالة الطبيعية ان يجد العقل بين الدال والمدلول علاقة طبيعية تنقله من أحدهما الى الآخر كدلالة الحمرة على الخجل، والصفرة على الوجل))[1] وعلم الدلالة من العلوم المهمة التي يمكن عن طريقها تحديد المؤثر الزمكاني بشكل دقيق من خلال مكونات العمل الفني لاسيما التصميم الطباعي والملصق تحديدا، فالألوان في التصميم لها وقع دلالي، بل وتأثير عقائدي (آيديلوجي) أحيانا((فهناك من يؤكد وجود وظيفة دلالية تؤديها الألوان في شعارات النسب، او في أعلام البحرية، وثمة من يشير أيضاالى القيمة الدلالية، لصرخة، ولعلامة ما نبعث عبرها برسالة وندخل على ذلك في أتصال مع الأخر ونسمي دلاليا كل مايتعلق بمعنى علاقة أتصال وبخاصة الكلمات)[2] لذلك يرى الباحث ان مفهوم الدلالة في التصميم لاسيما التصميم الطباعي (الملصق تحديدا) وهو مفهوم عام ومشترك في مجتمع متخصص بالملصقات المتنوعة الهدف او الأهداف، من خلال الوقوف الدقيق على وظيفتها وأستثمارها في الملصقات الفنية أستثماراً سليماً يتفق وإبراز المؤثر الزمكاني، كإبراز الجانب البطولي او الجانب النفسي وغيرها من الجوانب التي تهتم في تحديد الدلالة الزمكانية في تصميم الملصق وتحديد نوع الخطاب من ورائه. فدلالات اللون تحدد الزمان، و وقت حصول الفعل، الهدف من وراء الفعل الزماني فضلاً عن تحديد وظيفة الملصق من خلاله. ((فالأصفر هو رمز الشمس والشروق، والأبيض رمز الطهارة والنور والفرح والنصر والسلام، اما الأسود فهو رمز الحزن والخطيئة وفي بعض الاحيان يرمز الى الوقار، اما الأحمر فيرمز الى العواطف الثائرة والحب الملتهب والقوة والنشاط وفي بعض الأحيان يرمز الى القوة والخطر، واللون الأزرق يرمز الى الصداقة والحكمة والخلود، والأخضر رمز النمو والأمل والخصوبة والنبل، اما البنفسجي فهو رمز الحب

(1) جميل صليبا / مصدر سابق – ص 563.

(2)غيرو – بيار / علم الدلالة – ترجمة أنطوان ابو زيد – منشورات عويدات – بيروت 1986 – ص 5 – 6.

الهادىء والحكمة لأنه مزيج من الأحمر والأزرق)) [1] لذا فأن ((الأثر السايكولوجي للون يرتبط بالمعرفة الدقيقة لسيكولوجية الأنسان)) [2] كجانب تعبيري ورمزي زمكاني مؤثر على المصمم نفسه ، فالمطر زمان والشروق زمان والحريق زمان والأرهاب زمان والموت زمان ..الخ ، فلابد للمصمم من ان يكون على دراية مطلعة وواسعة على معاني و دلالات اللون رغم التعدد في الأجتهاد لبيان دلالاتها ، فالمصمم الممتاز ((هو الفنان الآصيل حراً كل الحرية في أختيار الوانه ، لا لأنها مفروضة عليه من الموضوع ومن الواقع بل لأنه في حاجة اليها ، ولأنها تتفق مع ميوله وأحساساته ، وقد يؤدي ذلك أحيانا بالمصمم الى تعديل موضوع التصميم حتى تتناسب الألوان المبتكرة مع حاجات التصميم)) [3]. لذلك يرى الباحث ان الطرف الآخر المهم في عملية الإدراك الزماني لبنية الملصق المعاصر ، هو مدى القبول والتلقي وكيفية تعامل المتلقي في إدراك وتحديد الهدف والوظيفة من وراء العامل الزمني في الملصق. ومن هنا فلابد للمصمم ان يكون ملما بنظرية التلقي (Reception Theory) فهي نظرية تقوم على أساس ((فكرة الإتصال منه على اساس الأثر والأستجابة)) [4] كما أنّ هناك إختلافاً بين المتلقي والفاعلية الكامنة الناتجة عن تأثيرات موجّهةَ من خلال المتغيّرات الزمانية لفكرة الملصق في تحديد الهدف والوظيفة ، ((فحقيقة الفن وأجزاؤه، وطابعه الخاص كانت تترابط فيما بينها لتؤدي وظيفة في انسجام العالم الرمزي (المحاكاة)، فتخلق بذلك نوعاً من التأثير والاستجابة)) [5]. فالدلالة الزمانية من خلال الملصق هدف مهم جداً لابد من ان يصل اليه المصمم ليؤكد توصيل وتوجيه فكرته وإيمانه بها ، ومن ثم تحقيق استجابة مؤثرة من خلال الدلالة والزمان الموجهين من وراء الفكرة التصميمية للمتلقي وتحقيق استجابة واضحة لديه ، لاسيما بمايتعلق بنجاح

(1) أبو هنطش - محمود / مبادىء التصميم – دار البركة للنشر – عمان ط3 – 2. . . – ص 24.

(2) يحيى حمودة (الدكتور) / نظرية اللون – القاهرة – 1981 – ص 138 .

(3) فتح الباب عبد الحليم (الدكتور) والدكتور أحمد حافظ رشدان / التصميم في الفن التشكيلي – عالم الكتب – القاهرة – ط2 – 1985 ص 35.

(4) هولب – روبرت / نظرية التلقي – ترجمة الدكتور عز الدين أسماعيل – النادي الثقافي الأدبي – جدة 1994 – ص 21.

(5) خضر – ناظم عودة / الأصول المعرفية لنظرية التلقي – دار الشروق – عمان 1997 – ص

الفكرة وأثرها. مماتقدم فقد تأثرت الثقافات بمختلف اتجاهاتها الفكرية والعقائدية بتطور التقنيات والتصميم جزء من ذلك التطور فالحداثة فرضت العديد من المشروطيات الدلالية بمايتعلق بالجانب العقائدي والديني والسياسي فضلاً عن الاجتماعي والتي يكون للزمان دور في تحريك دلالاتها والاستجابة الى مكوناتها. ((غير ان الفعل الحداثي زمن غير تجاوزي، ولقد يعني هذا ان حدوث الحداثة في الزمان لايتم بشكل خطي او حتمي. ذلك لأن فعلها ينطوي على زمن خاص بحدوثها، فهو زمن غير قابل للأنتقال او العبور او التكرار وعليه فإنه يستعصي على التقليد والمحاكاة، فالحداثة زمن خاص (وربما أستثنائي) يمكن ان نصطلح عليه بالزمن الغربي الحديث. فالحداثة عصر معين، وزمن محدد، ومقطع من التاريخ))[1].

كما ان للتقنية الإظهارية بما يتعلق بأسلوب تنفيذ المصمم لدلالاته ورموزه أثراً بالغ الأهمية في تحديد المتغير الزماني وحركته اللامرئية بين مكونات الملصق الفنية والموضوعية. ففي ملصق أسباني يحمل صورة للزعيم (غيفارا) الشكل (8)، وهو رجل سياسي أشتراكي اغتالته المخابرات الأمريكية، وقد جعل المصمم ناراً مشتعلة كخلفية تحيط برأس (غيفارا) مركز السيادة في الملصق، وكأنه يوحي من خلال الدلالة اللونية المرتبطة بلون النار كإشارة واضحة للزمان المتوقد، زمن الثورة، زمن الانبعاث، زمن الانتفاضة، كما أضاف من خلال الاختزال اللوني لرسم (مركز السيادة) كمؤثرات زمانية من خلال النظرة التي تنبثق من مركز السيادة (غيفارا) نحو محاكاة بصراع زمني يقيد الحرية ويدعو الى الأنتفاضة والوقوف الى جانب المثل والمبادئ. كما أستطاع المصمم إثبات حقيقة الزمان ومعركته من أجل الحق والحرية في معانيه ودلالاته من خلال المبالغة الشكلية لمركز السيادة (غيفارا) وذلك بتقديم ((وحدة يتم التركيز عليها شكلياً ولونياً وأتجاهياً على الشخصية السائدة الحاسمة للمعركة وجعلها نقطة أستقطاب سيادي وهي لاشك أستعارة شكلية تتسم بالقوة. وهي صورة مبالغ بها إحداث الشكلي المضموني))[2]، فضلاً عن النص الكتابي الذي يشير ((معاً دائماً حتى النصر..)). وفي ملصق يتحدث عن الثورة الفلسطينية،

(1) منذر عياشي / الحداثة ولاهوت التكوين – مجلة الآداب – العدد 12/11 – تشرين الثاني – بيروت 1998 – ص 25.

(2) نصيف جاسم (الدكتور) / المبالغة الشكلية في الملصق السينمائي – مجلة دجلة – العدد (1) نيسان 2. . 4 – ص 44.

الشكل (9)، والتي استخدم فيها المصمم عدة دلالات قام بتوظيفها من أجل نشر فكرة موضوعية وتعبيرية مؤثرة للمتلقي العربي والعالمي، وذلك من خلال النص الذي يقول ((أطفال فلسطين أقوى من الإحتلال!))، وبلغتين أحداهما باللغة الأنكليزية، وباللغة الصينية، وكأن المصمم قد أكد الحضور الزماني من خلال زمان الثورة وزمان الحرية والاستقلال كما الزمان في هذا الملصق عد زماناً آنياً ومستقبلياً في الوقت نفسه وقد نصطلح علية بالزمان المؤمل او الزمان المقيد الضائع. كما ان المصمم أستطاع تحديد زمن اللحظة التي سينتفض بها أطفال فلسطين من خلال الصراع مابين الطفل الفلسطيني (مركز السيادة) بشاله المعروف، وهو يقوم بدفع عجلات العدو بعيداً عن أرضه وبلاده. لاسيما ان المبالغة الشكلية لمركز السيادة قد حددت حركة الزمان داخل الملصق والصراع الدرامي الذي يعد أحد مقومات ظهور حركة الزمان الثائر او زمن الثورة والإنتفاضة كما اصطلحنا عليه. لقد أراد المصمم من خلال التوكيد الزماني على حضور الانتفاضة عند الطفل الفلسطيني وهو يدافع عن أرضه وقضيته العادلة من خلال التعميم في لغة الملصق ((فالفعل وحده هو الذي يسمح بالتعبير عن الزمن، والتعبير عن الزمن يتوافق مع كل اشكال البيانات اللسانية))[1] وهذا ما حاول المصمم توكيده من خلال اللغات العالمية كالانكليزية والصينية فضلاً عن لغته و لسانه العربي. كما ان للخصوصية في تأويل المتغير الزماني، اهمية كبيرة في الكشف عن الدلالة وتحقيق الأستجابة المنطقية عند المتلقي بمختلف انتماءاته، فضلاً عن كون الزمان سمة مهمة في الكشف عن الموضوع المطروح والتعبير عنه وبيان أهدافه ووظائفه. ففي ملصق صيني، الشكل (1.)، حيث قام المصمم بوضع مركز السيادة (الرجل الصيني الغاضب) وقد يكون هذا الملصق ملصقاً سينمائياً على الأغلب، وقد جعل من هذا الرجل دلالة الغضب وعدم الارتياح من خلال ملامح وجهه، فالزمان في حالة من عدم الاستقرار والقلق، كما قام المصمم باستخدام الكتابة الصينية المعروفة بتشكيلاتها وبتكثيف واضح، مع تباينات في الحجم واللون، فبعضها صغير والآخر كبير وهكذا، وكأن المصمم حاول التأكيد على فكرة زمانية مؤثرة حصلت في هذا المشهد او الفلم. كما ان المصمم قد أعطى أضاءة قصدية موجهة على مركز السيادة

(1) بانفنست – إميل / اللغة والتجربة الأنسانية – ترجمة بسام بركة – مجلة الفكر العربي -- العدد (95) – معهد الأنماء العربي – بيروت 1999 – ص 68.

(وجه الرجل) الذي جعله وكأنه داخل الى الفضاء التصميمي المحدد ، مما تقدم فإنّ الدلالات الموجهة من قبل المصمم وذاته الابداعية في توجيه أفكاره وفق حركة الزمان وتغيراته ، لابد من ان تتسم بالتنوع مابين الأشكال والألوان وأخيراً المضامين الفكرية المطروحة من ورائها لاسيما ان تلك الأشكال والألوان ترتبط ببعضها بعلاقات ، فالتنوع ((في العلاقات بين الأشكال أنتج تنوعاً في الإيهام بالأثر الزمني المتحقق من الطاقة التعبيرية لأنسانية الشكل)) [1] وهو مايمكن أيجاده وتحديده والكشف عنه في الملصق. لذلك يكون الزمن ((مدركا يتحقق نتيجة الإيهام الحركي الناتج من حركة العناصر داخل الفضاء التصميمي من خلال العمليات التصميمية والاظهارات التقنية المتنوعة التي تحقق اتجاهات تحرر إيحاء بزمن كامن أذا ما استطعنا ان نربط بين الحركة والزمن. فالزمن ناتج فعل تقني تظهر من خلاله المفردات وقد ارتبطت مع بعضها وتآصرت بأواصر علاقاتية)) [2].

(1) الدوري — سهاد عبد الجبار / مصدر سابق — ص 1. 4.

(2) بانفنست — إميل / اللغة والتجربة الأنسانية — ترجمة بسام بركة — مجلة الفكر العربي — العدد (95) — معهد الأنماء العربي — بيروت 1999 — ص 68

الفصل الثاني

المكان في التصميم الطباعي

المكان في التصميم الطباعي

1 – مفهوم المكان فلسفياً:

يعد المكان من المتغيرات المهمة في حياة الأنسان، لاسيما الفنان والمصمم، وقد يختلف تأويل هذا المفهوم من حيث التعدد في التلقي والمفهوم الفكري فضلا عن المرجعيات والبيئة. وقد تعدد الفهم الفلسفي في تحديد المكان كما هو شأن الزمان، فالمكان عند (أفلاطون) ((هو كالمادة الأولى مستودع كلي للأشياء، شئ دائم الحركة، قابل للأشياء فكأنه مادة رخوة لزجة لكل طبيعة تتحركها الأشياء الداخلة، وتكييفها بأشكالها وهيئاتها. أي ان المكان محل قابل للشيء وهذا يعني ان المكان عند أفلاطون لايعدو ان يكون أكثر من المسافة الممتدة والحاوية العامة للكائنات المحسة. وهو باق ببقاء الزمان والسماء ومرتبط مصيره بمصيرها))[1] فضلاً عن كون المكان يعد متناهياً بتناهي الجسم او التركيب، ولكون العالم حدثاً أحدثه الصانع أي الله او الرب كما تتمسك به فلسفة أفلاطون المثالية. ((فالمكان غير مستقل عن الأشياء بل ويتجدد ويتشكل من خلالها))[2]. اما (أرسطو) فقد عد المكان ((موجوداً مادمنا نشغله ونتحيز فيه، وكذلك يمكن إدراكه عن طريق الحركة التي أبرزها، حركة النقلة من مكان الى آخر))[3]، أي ان المكان ((نهاية الجسم المحيط وهو نهاية الجسم المحتوي تماس عليها مايحتوي عليه اعني الجسم الذي يحتوي المتحرك حركة انتقال. وان المكان لدى أرسطو قسمان او نوعان: مكان مشترك يوجد فيه جسمان او

---

(1) الخفاجي – مكي عمران راجي / مصدر سابق – ص 21.

(2) العبيدي – حسن مجيد (الدكتور) / نظرية المكان عند أبن سينا – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 1987 – ص 27.

(3)الشمري – طالب عبد الحسين فرحان / المكان في مسرحيات شكسبير وتحولاته في عروض المسرح العراقي- (رسالة دكتوراة غير منشورة) – كلية الفنون الجميلة

جامعة بغداد / قسم الفنون المسرحية – بغداد 2. . . – ص 8.

أكثر، ومكان خاص يوجد فيه كل جسم أولا)) [1]. اما (افلوطين) فيرى ان المكان ((يحيط بالشيء الذي فيه ويحصره وانما يحيط بالمكان بشكل جسماني، وكل شيء يحصره المكان ويحيط به فهو جسم)) [2] فيرى الباحث أن هناك توافقا فكريا وفلسفيا لماهية المكان و وجوده مابين (أرسطو) و(أفلوطين).

اما الفلاسفة المحدثون فقد تغيرت آراؤهم بشأن تحديد المكان وتعريفه، حيث يشخص (ديكارت) طبيعة المكان ويعده ((فكرة فطرية من أفكار العقل، لهذا فإن كينونته هي وقف على فكرتنا القبلية وبهذا لايصبح مجالاً مثالياً رحباً لتوصيفاتنا الحسية للأشياء. انما نظام تساوق الأشياء في الوجود ومعيتها الحضورية في تلاحق وممارسة وتجاوز وتقارن)) [3]، فالمكان هو ((الذي يكون هو والزمان والحركة والحياة، ماهية الوجود (العالم الموضوعي))) [4] ويعارض الفيلسوف (لايبنتز) الفيلسوف (ديكارت) في عده ((ان ماهية المكان والمادة هي الامتداد. حيث عدّ المكان عبارة عن نظام أو هو نظام للأشياء في معيتها. وان الظواهر الموجودة في المكان والزمان ناتجة عن الادراكات الحسية المختلفة)) [5] بينما يرى (كانت) أن المكان هو الفراغ ويعد المكان تصورا هندسياً أمتداداً لأفكار أقليدس الهندسية. ((ان هذا يفترض فينا ان نقدر للمكان الفني موقعاً مشاركاً يتم فيه لقاء المكان الهندسي بالموضوع المتكامل من اجل خلق صيغة نهائية قابلة للتحقيق فنياً ومعمارياً ان المعادلة البسيطة – الموضوع المتكامل + المكان الهندسي = المكان الفني)) [6] ((فلايقتصر المكان الفني على حصيلة اندماجية للمكان الهندسي والموضوع المجرد)) [7]، وقد عدّ

---

(1) الشمري – طالب عبد الحسين فرحان / المكان في مسرحيات شكسبير وتحولاته في عروض المسرح العراقي- (رسالة دكتوراة غير منشورة) – كلية الفنون الجميلة

جامعة بغداد / قسم الفنون المسرحية – بغداد 2. . . – ص 8.

(2) المصدر نفسه – ص 23.

(3) عاصم عبد الأمير (الدكتور) / الرسم العراقي ومشروع التحديث .. بنية المكان أنموذجا – الأديب – العدد (1) 2/12/17 .. 3 – ص 16.

(4) النصير – ياسين / أشكالية المكان في النص الادبي – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 1986 ص 16

(5) الخفاجي – مكي عمران راجي / مصدر سابق – ص 3. – 31.

(6) دميرجي – مؤيد سعيد (الدكتور) / المكان كمصطلح تأريخ فني في فنون العراق القديمة – مجلة آفاق عربية العدد (1) – 1975 بغداد ص 84.

(7) طاهر عبد مسلم / مصدر سابق – ص 29.

المحدثون المكان بأنه ((وسط مثالي غير متداخل الأجزاء، حاوٍ للأجسام المستقرة فيه، محيط بكل امتداد متناه، وهو متجانس الاقسام متشابه الخواص في جميع الجهات، متصل، وغير محدود، وقد فرق (هوفدينغ) بين المكان النفسي والمكان المثالي فقال أن المكان النفسي الذي ندركه بحواسنا مكان نسبي لاينفصل عن الجسم المتمكن، على حين ان المكان المثالي الذي ندركه بقولنا مكان رياضي مجرد ومطلق، وهو وحده متجانس ومتصل. ويقول وليم جيمس، ان جميع الاحساسات مكانية أي ذات امتداد وجملة القول ان هناك مكاناً لمسيا ومكاناً بصرياً، ومكاناً عضلياً وهي كلها من المعطيات المباشرة))[1]، بينما عدّ باشلار المكان بأنه ((كل شيء حيث يعجز الزمن عن تسريع الذاكرة، الذكريات ساكنة وكلما كان ارتباطها بالمكان أكثر تأكيدا كلما اصبحت أوضح))[2]، كما ان ((العلاقات المكانية تعبر عن ترتيب وضع الاحداث الجارية في وقت واحد، من جهة، وعن امتداد الاجسام المادية، من جهة أخرى، وتذهب التصورات المعاصرة الى ان المكان ثلاثي الابعاد وان الزمان ذو بعد واحد، ويشكل المكان والزمان معا متصلاً رباعي الابعاد، وللزمان اتجاه واحد لايقبل العكس وهذا يعني ان العمليات المادية كلها تتطور باتجاه وحيد – من الماضي الى المستقبل))[3] كما ((ان عناصر المكان هي شواخص في ذهن الانسان تفهم حسياً ومن ثم ذهنياً لتصبح جزءاً من ذاكرته كصورة ذهنية وحضور مثل هذه الصورة يعتمد فضلاً عن التنظيم الحسي والشكلي والمعنوي لهذه العناصر على البيئة الثقافية للإنسان وبأبعادها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والذي يتعامل مع هذا التنظيم ويدركه من جهة أخرى، فالإنسان مفطور على بناء علاقة وثيقة مع مايحيط به))[4]. وفي فلسفة الفن تعددت المفاهيم التي تعنى بآلية المكان وفلسفته عند المحدثين، فالتجريديون وهم أصحاب أسلوب فلسفي مختلف عن غيرهم، ((فقد كتب موندريان في الواقع

(1) جميل صليبا / مصدر سابق – ص 412 - 413.

(2) باشلار - جاستون / جماليات المكان – ترجمة غالب هلسا – كتاب الاقلام - دار الجاحظ للنشر – بغداد 198. ص 47

(3) المعجم الفلسفي المختصر / ترجمة توفيق سلوم – دار التقدم – موسكو 1986 – ص 474 – 476.

(4) طاهر – أسماء نيازي / مصدر سابق - ص 144.

الحيوي للتجريد تجاوز الانسان الحديث حسابات الفرح والاغتصاب والالم والرعب.. الخ والاشياء لاتكون جميلة او قبيحة الا في زمان ومكان لقد حررت رؤية الانسان الجديد نفسها من هذين المبدأين ويصبح الكل متحداً في جمال وحيد. ونتساءل مع (فنلكشنسن) الا يقودنا التحرر من الفرح والالم والزمان والمكان الى التحرر من الحياة او بمعنى آخر الى الموت))[1]. ومن هذا المنطلق والمفهوم قد يكون ((الموت هو المكان الوحيد الباقي للحرية الوحيدة والأخيرة والحقيقية))[2]. اما (جون ديوي) أحد أبرز فلاسفة الذرائعية، والنفعية في تأويل فلسفة الفن، فيذهب في فهمه لحقيقة المكان ((الى القول هكذا يصبح المكان شيئا أكثر من مجرد فراغ يهيم فيه الأنسان على وجهه ويؤثر فيه، هنا وهناك أشياء تهدده وأخرى تشبع شهوته، أجل فإنّ المكان يصبح بمثابة مشهد كلي شامل او منظر مسيج محدد المعالم تنتظم في داخله جمهرة من مظاهر النشاط الفاعل التي يستغرق فيها الأنسان))[3]

اما الفلسفة الإسلامية فقد نظرت الى مفهوم المكان بمواقف قد تكون متقاربة أحياناً، فقد عد (الفارابي) المكان ((بأنه نهاية المحيط ويضيف أيضا جعل المحيط جزءا من حد المكان، وجعل ماهيته تكمل بأنه محيط، وآنيته مابه محيط، والمحيط بالمحاط به هو الذي في المكان))[4] وهنا نلاحظ ان (الفارابي) قد تبنى تعريف المكان تبعا لمفهومه عند (أرسطو) ((في السماع الطبيعي، أي باعتباره النهاية المحيطة. والمكان عنده متناه لتناهي جرم العالم))[5]. اما (أبو حيان التوحيدي) فقد ذهب في تأييد (أرسطو) في عده المكان السطح الذي يحوي المحوي ومؤثراته الجوهرية. بينما يعد (ابن سينا) المكان ((بأنه السطح الباطن من الجرم الحاوي المماس للسطح الظاهر من الجسم المحوي))[6]، ((والمكان عنده الشيء الذي يكون فيه الجسم، ويكون محيطاً به حاوياً له، مفارقاً له عند الحركة ومساوياً له لأنه لايمكن

(1) يوسف - عقيل مهدي / مصدر سابق ص 85

(2) وليد أبو بكر / التعبير عن المقاومة في روايات الأرض المحتلة – مجلة لوتس – العدد 65 – 66 – تونس 1988 – ص 291.

(3) طاهر عبد مسلم / مصدر سابق – ص 36.

(4) لدوري – سهاد عبد الجبار / مصدر سابق – ص 13.

(5) لخفاجي / مصدر سابق – ص 25.

(6) المصدر نفسه – ص 26.

ان يكون جسمان في مكان واحد وفي آن واحد، وليس المكان بهيولى او صورة لأن الهيولى والصورة لاتكون إلا في الشيء الموجود في المكان))[1]. اما (الرازي) فقد قسم المكان على نوعين المكان الأول هو المكان الكلي او المطلق، والمكان الثاني هو المكان الجزئي. فالمكان المطلق ((هو وعاء عام ،و لامتناه ويتصف بقدمه، وغير متعلق بمتمكن وقد يوجد من غير متمكن وهو يشمل الخلاء والملاء، ويزيد امتداد المتمكنات فيه، وهي لا تمده في جملته، لأنه غير متناه، ولو قلنا بمكان متناه ينتهي بحدود هذا العالم لما استطعنا ان يجيب عن سؤال من يسألنا عما يوجد خارجه، فلا ينبغي ان نتمسك بالقول بمكان متناه، والمكان الكلي لانهاية له، وكل مالانهاية له قديم، فالمكان قديم. اما المكان الجزئي او الخاص او المضاف، فهو يتصف بأنه مضاف الى المتمكن، فإذا لم يكن المتمكن لم يكن مكان، والمكان المضاف عرض. ولايعرف الرازي المكان المضاف بأنه نهاية الجسم بل هو الامتداد في الجهات وبذلك أقر وجود خلاء على خلاف أرسطو وأتباعه))[2].

مما تقدم فإنّ مفهوم المكان وفلسفة وجوده تتباين في مختلف أتجاهات المعرفة ومعطياتها والتي ساعدت على تصنيف للمكان وآلية فعله ودلالاته ومايجسده هذا المتغير من حركة وتفاعل فكري وتعبيري هادف. فالمكان هو الذكريات، والمكان القديم، والمكان التراثي بمعنى آخر، او مكان العاطفة والحب او مكان الثار والنضال والى ذلك من الدلالات المكانية. يقول زكي مبارك ((ان الأمكنة لاتثير بنفسها الذكريات فهي ذاتها خلائق سواكن وان كانت غنية بالحيوية وانما تثور الذكرى حين يكون للمكان وجود حيواتي الغرامية))[3]، فالمكان هنا يمكن ان نطلق عليه بالمكان الدرامي والمليء بالذكرى. مما تقدم فالمكان يختلف في تأويله فلسفياً حسب فعله في شتى المجالات فهو ((مايحمل فيه الشيء او مايحويه ذلك الشيء ويميزه ويحيده ويفصله عن باقي الأشياء))[4]. فالمكان في

---

(1) الدوري – سهاد عبد الجبار / مصدر سابق – ص 14.

(2) الخفاجي / مصدر سابق – ص 27.

(3) أحمد مطلوب / مصدر سابق ص 7.

(4) العبيدي / مصدر سابق – ص 19.

السينما مثلاً مختلف في دلالاته عن غيره من الأمكنة ((فهو الحيز الذي يجري فيه الحدث عبر الصور المتحركة ويخضع لأنتقائية تميزه عن الأماكن الأخرى لتصوير ذلك الحدث. وهو أما مكان طبيعي (خارجي) مما لادخل للإنسان في بنائه كالغابات والجبال والصحارى وغيرها او مكان فيزيقي بناه الأنسان كطرز العمارة والأثاث والأشياء. ويخضع لأشتراطات البعد النفسي والاجتماعي والثقافي. ويستند المكان السمعي البصري الى خصائص ذاتية تميزه وتربط أجزاءه بعلاقات إنشائية يجري إظهارها من خلال الوسائل التعبيرية والصورية كالإطار والإضاءة والعمق وخواص التصوير والحركة والزمن)) [1] بيد أن المكان المسرحي هو ((الحيز او المساحة او الفضاء الذي تتحرك داخله الشخوص المسرحية، والمتغير في موقعه على وفق تغير الأحداث)) [2]، فالمكان يمكن ان يقسم طبقا لطبيعته الهادفة والوظيفية، ((فالمكان رؤية مادية لتشكيل العمل الفني)) [3] اما المكان الهندسي فله عدة مفاهيم عند علماء الهندسة فهو صفتان الاولى ((قولهم ان المكان ذو ثلاثة ابعاد ومعنى ذلك انه لايلتقي في نقطة واحدة من المكان الا ثلاثة خطوط عمودية والثانية قولهم إنّ اجزاء المكان مطابقة بعضها لبعض، بحيث يمكنك ان تنشيء فيه اشكالا متشابهة على جميع المقاييس ولاسبيل الى انكار هاتين الصفتين الا في الهندسة اللا أقليديسية، وقول (ماخ) ان المكان قسمان احدهما المكان الهندسي المشتمل على الصفات التي قدمنا ذكرها، والآخر المكان الفيزيولوجي المقصور على ميدان الإدراك الفعلي. اما المكان الهندسي المتجانس والمتصل وغير المحدود فهو مكان مجرد، او تصور عقلي محيط بجميع الاجسام)) [4] من ذلك يرى الباحث أمكانية الحكم في اعتبار أنّ البيئة هي نتاج علاقة الانسان بالمكان، فالحضور المكاني مرتبط بالعلاقة المتصلة مابين البيئة المحيطة بالعمل الفني او بالعمل الابداعي من ظواهر وعوامل او الإنتاج الفني (العمل الفني) نفسه، ((ان آثار المكان في التعارف شكلت

---

(1) طاهر عبد مسلم / مصدر سابق – ص 25.

(2) الشمري – طالب عبد الحسين فرحان / مصدر سابق – ص 9.

(3) ينظر – النصير – ياسين / مصدر سابق.(بتصرف) ص 155

(4) جميل صليبا / مصدر سابق ص 412 – 413

محفزات لكثير من الرؤى والتجارب في تقصّي البعد الزمني ومن خلاله))[1]، وذلك لأن المكان يمثل الحقيقة والمصداقية التي تتصارع عليه الأزمنة في دواخل العمل الفني. وتلك هي ((ستراتيجيا المكان التي لولاها كانت الذات بلا وجود وغائبة في العدم))[2].

2 – المكان في التصميم الطباعي:

يعد متغير المكان معياراً مهماً تقاس به قوة تعبير العمل الفني ومدى تحقيق أهدافه فضلاً عن التحكم بالوظيفة وتوجيهها مع إبراز الجانب الجمالي للموضوع المطروح، لاسيما فيما يتعلق بالملصق تحديداً. فالفنان المصمم هو أنسان مرهف الحس مدعو الى التفاعل مع المشكلات التي تواجه الإنسان وبمراحل مختلفة ومتعددة الأسباب والتوجهات، والمصمم هو جزء من المجتمع، بل أنه المتأثر الأول من جراء الحدث بزمانه ومكانه. فالمصمم في أعماله ((يعلن موقفه بالنسبة للحياة والمجتمع والآخرين، فهو يبدع كي يتقدم العالم))[3]، اما النتاج الفني له فهو عبارة عن علاقة مابين المصمم ومرجعياته الثقافية والاجتماعية من جهة والمجتمع والبيئة من جهة ثانية. فالمصمم ((يعتمد على المجتمع وهو يحصل على نغمته وايقاعه وقوته من المجتمع الذي هو مضمونه، الا أنّ الشخصية الفردية لعمل الفنان انما يعتمد على ماهو اكثر من أولئك))[4] لذلك فإنّ فكرة المكان متولدة نتيجة لتماس المرجعيات الذاتية للفنان مع مجتمعه وبيئته، وانعكاس ذلك على النتاج الفني (التصميم)، فالمكان هو الموضع او الفضاء الذي يحوي العناصر الفنية ومكونات العمل، ويساهم في تأويل العمل الفني وتفسيره من حيث الجمالية والوظيفية والهدف الموجه منهما. ويرى الباحث إمكانية تحديد المكان وقياسه في العمل الفني لاسيما الملصق، من خلال طبيعة الأشكال المتصارعة في موضوع الملصق وفكرته وتفاعلهما معا،

(1) محمد يونس / صورة المكان في المتخيل الفني – صحيفة الصباح – العدد (256) 2/5/13. 4.

(2) المصدر نفسه.

(3) حسن سليمان / حرية الفنان – دار التنوير – بيروت 1983 – ص 61.

(4) هربرت ريد / معنى الفن – ترجمة سامي خشبة – دار الكاتب العربي – القاهرة 1968 ص 297.

فضلاً عن دلالات تلك الرموز تأريخياً فكل الحياة الإنسانية هي نابعة من التأريخ ، فالتأريخ يعّد مكاناً ، ونفسياً من خلال الانفعال والشعور أحياناً بالانتماء والصراع وغيرها ، وثقافياً واجتماعياً ، كما ان دلالات تلك الرموز هي التي تؤول بذلك المكان وتكشف عنه وتحدد وظيفته فضلاً عن جماليته لما يقوم به دور متغير المكان في لعب دور مهم في صياغة الحدث او الفعل بما يعمق الرؤيا وفلسفة فكرة الملصق ، وكما يحدث في زمان فعل الحدث داخل الملصق فأن فعل المكان يرتبط به تأويلاً وفلسفياً بحيث ان ((صورة المكان المجسدة فنيا (بديل) لصورة المكان (الواقع) أي بمعنى آخر ان المكان المصور اتخذ طابعاً رمزياً بوصفه بديلاً للمكان الواقعي))[1] ، فالمصمم عندما يتأثر بالحدث فإنه سيتوصل الى تصور لمكان الحدث في فضائه الافتراضي وليترجم مشاعره من خلال العلاقة الجدلية مابين مكونات عمله والربط فيما بينها لتكون بديلاً عن المكان الواقعي للحدث والمرتبط بزمانه الماضي وأهدافه المستقبلية ، وهي المراحل المنطقية التي يتبعها المصمم في إيجاد وأبتكار مكان حدوث الفعل وتفسير التعبير وتوضيح الدلالة. كما يرى الباحث إمكانية تقسيم المكان الى عدّ صور او مواضع تتصارع عليها أحداث ومكونات الملصق مع بعضها البعض لتكشف الهدف وتوضح الدلالة الى نوعين ، مكان يتفرع الى عدة أمكنة في وقت واحد ، تحدده أبعاد الملصق ، ومكان شامل تجتمع داخله العناصر وتتصارع فيه الأحداث ، فضلاً عن التكوين الحقيقي في الطبيعة ، فجمالية المكان ((هي الرموز المستمدة من هذه الطبيعة))[2] وقد يستخدم المصمم وسائل إظهارية مختلفة مع تقنيات متنوعة لإظهار المكان ، فالملصق السويسري ، الشكل (11) عمد المصمم على تكرار كلمة (Suisse) وتعني سويسرا باللغة اللاتينية ، فقد قام المصمم بأستخدام تكرار ه لكلمة سويسرا وبشكل متداخل ومتراكب ، مع اختلاف في حجم الحروف الطباعية ، بيد أن تشابك تلك الحروف وتداخلها وتراكبها مع بعضها ، اوحت بتكوين يشبه الجبل او هو

(1) الخفاجي / مصدر سابق – ص 62.

(2) المحادين – عبد الحميد / مصدر سابق – ص 26.

الجبل ذاته، وفوق قمة جبل العبارات هذا رفع العلم السويسري المعروف، والذي يرمز الى الصليب المسيحي وبلونه الاحمر، لقد أراد المصمم إثبات دلالة المكان في هذا الملصق عن طريق مستويين، فالمستوى الدلالي المتجسد عن طريق كلمة (سويسرا) وتكرارها كدلالة جاهزة او مباشرة بمعنى آخر للمتلقي، وثانيهما ان تكرار هذه العبارات وتشابكها مع بعضها من خلال علاقات التراكب والتداخل والاختراق، قد شكل هيئة جبال، وهي دلالة طبيعية متميزة جغرافيا لهذا البلد، من حيث المكان الجغرافي و التضاريس، مع ابراز الدلالة المكانية المباشرة من خلال تصميم العلم السويسري. لقد برع المصمم في توزيع الكتل الكتابية في داخل الفضاء خدمة للهدف وتوكيدا للمكان، لقد أراد المصمم هنا اثبات الفكرة والوطنية مع عدم الابتعاد عن الدين. وفي ملصق أمريكي ويبدو انه يشير الى عيد وطني أمريكي، الشكل (12) نلاحظ ان المصمم قد حدد المكان مسبقا، وذلك من خلال عدة دلالات، فالعقاب ذو الرأس الأبيض والذي يعد الرمز الوطني والقومي للولايات المتحدة الأمريكية، والذي يرمز الى السطوة والقوة، فضلاً عن العلم الأمريكي الذي يحمله مختلف شرائح المجتمع الأمريكي، فهي دلالة مباشرة عن المكان (الذي يتمثل بالوطن)، كما قام المصمم بالإشارة الى الواقع المكاني او إثبات الحدث في المكان من خلال برجي مبنى التجارة العالمية والتي دمرت بعدئذ عام 2001، كدلالة مباشرة على تحديد المكان وهي مدينة نيويورك الأمريكية، ان الملصق لايحتاج الى تفسير لكونه مكاناً محدداً وشاملاً تجتمع فيه الأحداث من خلال حركة الزمن من جهة، والمكونات الفنية المترابطة ببعضها من جهة أخرى. ان ارتباط المصمم بمرجعياته ووطنه كمكان ثابت، تجعل منه علاقة مابين الإنسان (المصمم) والمكان (وقوع الحدث) فهي علاقة ((تدخل عدة مسارات وتتحدد عبر عدد من المظاهر فالارتباط بالمكان في الأصل حسي، منذ النشأة يقيم المرء صلة مع المكان هو الجسد، والمكان حقيقة معاشة ويؤثر في البشر بنفس القدر الذي يؤثرون فيه، ويحمل المكان في طياته قيما تنتج من التنظيم المعماري كما تنتج من التوظيف

الاجتماعي))[1]. لذلك فإنّ المكان وطبيعة الحدث الذي يجري فيه وعليه هو الذي يجعل من المكان في التصميم أهمية مباشرة ومؤثرة لاسيما في الملصق السياسي. وفي ملصق بعنوان (لنبنى العراق)* ، الشكل (13)، نلاحظ توكيداً مكانياً من خلال عدة أشكال او عناصر، تمثل العنصر الأول في الرمز التأريخي كدلالة مكانية مباشرة، وزهرة البيبون (البابونغ) كدلالة تأريخية مباشرة أخرى، ولكن السؤال يكمن في آلية ومنطقية توزيع تلك الرموز على المكان الشامل والذي يمكن التعبير عنه بخريطة العراق السياسية، فالرمز التأريخي الذي يمثل الرجل والمرأة وهما يمسكان ببعضهما، هو تمثال سومري قديم وجد في مدينة (نفر) التأريخية السومرية القديمة، وهو رمز الخصب والتكاثر في العراق القديم، لذلك وضعه المصمم في منطقة جنوب العراق وهو المكان التأريخي الأول، فضلاً عن وجود زهرة البيبون والتي تعود الى الحضارة الآشورية، حبث كان الآشوريون يعدون هذه الزهرة رمزاً للعطاء والنماء حتى زينوا بها قصورهم وملابسهم، وقد وضعها المصمم في شمال العراق وهو المكان التأريخي الثاني، فالمكانان قد اجتمعا معاً، بمعنى آخر ان هناك حقبتين زمنيتين وبمكانين مختلفين قد أجتمعتا معاً لتكونا المكان الجديد مع زمانه الجديد، ليكوّن المصمم من وراء ذلك لغة خطاب موجهة للمتلقي يدعوه فيها لبناء العراق الجديد. فالبيئة جزء من المكان والتاريخ جزء من المكان والصراع النفسي جزء من إدراك المكان و يتحدد ذلك المكان من خلال الزمن النفسي حيث يسهم هذا الزمن في بعض الأحيان في رسم الجو النفسي للشخصيات (الرموز)، وربط الأحداث مع بعضها البعض بالتصور المستقبلي او الزمكانية المستقبلية، كما هو في الملصق اعلاه من خلال لغة الخطاب في نص الملصق (لنبني العراق). لذلك فإنّ بناء العراق الجديد يتطلب بناء الأسرة وهي مجسدة برمز الرجل والمرأة السومريين، لتعلن ولادة المستقبل (المكان الجديد الأفتراضي) من خلال المرأة فهي الأم، ((فالمكان ارتبط برمز الأمومة وبكل جوانبها العاطفية والإنسانية من حيث

(1) المصدر نفسه — ص 29.

* من تصميم الباحث.

هي أم، ومن حيث هي رمز الرابطة المتينة التي تربط كل أطراف العائلة))[1].
((فالانفعالات التي يمر بها المصمم تساعد على القدرة التعبيرية ولكننا لانهمل ناتج الأحساس بها بل ومسبباته مادية كانت او غيرها، اذن نرى أن العمليات ذاتية ولكن المصادر خارجية وأن للجميع مصادر موحدة ولكن هناك اختلافات بين مصمم وآخر في التعبير))[2] ويكون ذلك التعبير مرتبطا بوسائل الإظهار ايضا من خلال التنوع التقني والتنفيذي لفكرة الملصق، ففي ملصق أستعراضي للدمى، الشكل (14)، وهو ملصق لبرنامج استعراض الدمى المعروف والشهير في مختلف أنحاء العالم، نلاحظ ان المصمم قد قام بتكثيف العناصر التي تتمثل بشخوص وأبطال هذا البرنامج من أجل التوكيد على أهمية البرنامج والدعاية والترويج له، فقد جعل المصمم من خلال العلاقة مابين الشكل والمضمون فضلاً عن الحركة والاتجاه أساساً بالتراكم والتراكب في مكان شامل وكبير ولكنه بدا مزدحما، لقد تقصد المصمم في بناء مكانه من خلال التكثيف في مفردات الملصق، ((لسحب الانتباه، وتصميم إيهام الحركة، الزمن، العمق الفضائي))[3] كما جعل المصمم من خلال الاتجاه لغة محاكاة أفتراضية مابين المتلقي والمصمم من خلال الملصق وكثافة عناصره. لقد وضع المصمم من خلال عناصره وجمعها في مكان شامل ليجعل منها أكثر إثارة وجذباً بصرياً من خلال مكوناته، وقد تكون تلك التقنيات الإظهارية أسلوباً في تصميم ملصقات الأطفال وهذا مايمكن ملاحظته في ملصقات أخرى أيضا، الأشكال (15) (16) حيث يقوم المصمم أحياناً بتقطيع الصور وبالتالي تقطيع المكان وتنوعه من أجل أضافة التشويق والإثارة وجذب البصر نحو الفكرة والتوكيد على فكرتها وتعبيراتها وبألوان جميلة وجذابه، الأشكال (17) (18). وقد يميل المصمم الى التعبير عن وجود المكان بعدة عناصر، لاسيما مايتعلق بماهية المكان فضلاً عن الكشف عن دلالته الجمالية والتعبيرية، ففي ملصق يمثل الاعتداء الصهيوني على المفاعل النووي

(1) المحادين – عبد الحميد / مصدر سابق – ص 3.

(2) الدوري – سهاد عبد الجبار / مصدر سابق – ص 36.

(3) نصيف جاسم / مدخل الى التصميم الأعلاني – بغداد 2.. 1 – ص 52.

العراقي، للفنانة البولونية اليزابيتا روكا (1982)، الشكل (19)، قد جسدت الشر بهيئة طائر اسود بتركيبة قنبلة او صاروخ، مع تحديد المكان بشكل مباشر، مكان انطلاق الصاروخ الشرير، من خلال النجمة اليهودية السداسية والتي تمثل عين الطائر الصاروخ بمعنى آخر. وينقض هذا الطائر الصاروخ نحو البيضة التي التف بها علم العراق (دلالة مكانية من خلال تصميم العلم) والبيضة تعني البلد الآمن والسلام والحنين الى الوطن، حيث ((يربط فكتور هيجو بين صور وكائنات وظيفة السكن، يقول ان الكنيسة كانت بالنسبة لكواسيمورو، على التوالي (بيضةً وعشاً وبيتاً ووطناً وكوناً) وبإمكاننا ان نقول انه ارتدى شكلها- الكنيسة – كما ترتدي الرخوية قوقعتها، كانت بيته وحجره وغلافه. . . كان يكن اليها كما تكن السلحفاة الى غطائها، كانت هذه الكنيسة الجهمة درعه))[1] فالمصممة وهي مسيحية قد أعطت دلالة الوطن وهو المكان في شكل (البيضة)، الآمنة وقد أكدت المصممة على دور المكان ايضا من خلال التفاف العلم العراقي حول البيضة، لكي تعطي دوراً بارزاً للحضور المكاني في الملصق، فالمكان في رؤية المصمم ماهو الا تعبير وتشكيل بناء على اصول فلسفية لمعنى المكان. وفي ملصق آخر يمثل تنّينا يحتضن بيضة، الشكل (20)، وقد يكون هذا الملصق في حقيقته ملصقاً سينمائياً لأحد الأفلام القديمة او التراثية، حيث تقصد المصمم في تمثيل التنين وهو من الحيوانات الخرافية المعروفة لدى الصينيين خاصة، وهو الوطن كما عبرت عنه البيضة التي يحميها وقد يكون هذا الفلم من أفلام الخيال والأساطير حيث عمد المصمم الى أسلوب المبالغة الشكلية في إبراز الدلالة والهدف، لذلك فإنّ ((أهم ملامح التصميم هناك والتي يجمعها نمط المبالغة الشكلية المصحوبة بتقديم بيئة شكلية..لونية ..حركية))[2]. كما تميز المكان العام او الشامل في الملصق بكونه مكاناً مفتوحاً، والمكان المفتوح هو ((كل حيّز كبير او صغير، قائم او متحرك ثابت او متغيّر يحتوي الحدث، وقد يكون هذا المكان مفترضا تخّيليا أو يكون

(1) باشلار - جاستون / جماليات المكان - مصدر سابق – ص 123.

(2) نصيف جاسم / المبالغة الشكلية -- مصدر سابق – ص 44.

موضوعياً صرفاً، او يجمع بينهما وفي جميع هذه الضروب يعد المجال الأفضل للحركة، والميدان الأصلح لأرادة التغيّر والتحوّل، ودفع عجلة التطور نحو الأمام))[1]، والمكان المفتوح الذي يتقصد المصمم في إيجاده من خلال التوسع الفضائي نحو الخارج انطلاقاً من الداخل أي من داخل فضاء الملصق المحدد مرئيا بأبعاد الطول والعرض، أن مصطلحي ((الخارج والداخل يطرحان مشكلات أنثروبولوجيا ميتافيزيقية غير متماثلة. ان نجعل الداخل محدداً والخارج شاسعاً هي المهمة الأولى، بل المسألة الأولى لأنثروبولوجيا الخيال. ولكن الصراع بين المحدد والشاسع ليس صراعاً حقيقياً، الداخل والخارج لايلتقيان))[2]، والامتداد الى الخارج يجعلنا نحس ان المكان غائب ((والأبعاد المادية لاوجود لها وتختفي جاذبية الأرض وتنتفي قواعد المنظور))[3] كما ويمكن ان يتحدد المكان في الملصق عن طريق الإدراك البيئي، او من خلال مكونات البيئة المطروحة في فكرة الملصق وماهيّتها التعبيرية، حيث يرتبط هذا النوع من التجسيد المكاني بالإدراك الحسي من خلال العناصر التي تملأ الفضاء العام للملصق مولدة صراعاً او علاقات كسائر الملصقات الأخرى ففي ملصق عراقي بعنوان (عراق الأصالة)*، الشكل (21)، حيث عمد المصمم الى إبراز جانب البيئة ومكوناتها من خلال جمال الطبيعة وبنيتها الطبيعية، حيث قسم الملصق الى عدة أقسام تضمن القسم العلوي منه ملامحا من البيئة العراقية، القرى والمآذن والبيوت القديمة مع الأحساس بالعمق والأتساع الفضائي الى الداخل لما تحدثه السحابات والطيور مع الأهتمام بالمنظور. اما القسم الثاني فقد غلب عليه لون الصحراء كدلالة مكانية بيئية واضحة على بادية العراق الغربية، فضلاً عن القسم الثالث والذي احتوى بساتين النخيل، كدلالة مكانية بيئية للطبيعة في وسط وجنوب العراق لاسيما البصرة تحديداً. اما القسم الرابع والأسفل من الملصق فقد تضمن رسوماً تجريدية للشناشيل البغدادية والمتميزة

(1) اليافي – نعيم (الدكتور) / أطياف الوجه الواحد – دراسات نقدية في النظرية والتطبيق – أتحاد الكتاب العرب – دمشق 1997 – ص 252.

(2) باشلار – جاستون / جماليات المكان - مصدر سابق – ص 239.

(3) الخفاجي / مصدر سابق – ص 74.

* - من تصميم الباحث.

بعمارتها وأشكالها والمنتشرة في بغداد، لقد نجح التصميم في الجمع مابين الأمكنة الأربعة في عنوان واحد (عراق الأصالة) كتعبير شامل عن المكان الشامل وهو العراق، كما أشار المصمم الى دلالة مهمة ترمز الى منطقة شمال العراق وذلك من خلال زهرة البيبون ،كرمز طبيعي عن أرض وبيئة الشمال العراقي، حيث تنمو هذه الزهرة طبيعياً في تلك المنطقة. تميز المكان في هذا الملصق بكونه مكاناً مفتوحاً ((ممثلاً في الحقول والمزارع التي تشكل مظاهر الطبيعة الهادئة المنبسطة اللذيذة في الريف بكل مايتوحشها من عناصر الطبيعة الأخرى ودلالات بعضها على الزمن، وبما يتردد فيها من أصوات الحياة، وبما تعكسه ألوانها. والمكان المغلق ممثلاً في البيت او في غرفة او ماشابههما))[1]. كما ان المكان المفتوح الذي وجدناه في الملصق السابق له القابلية على الاتساع افتراضيا لامرئياً الى الخارج أنطلاقاً من الداخل المرئي. وهذا مايمكن ملاحظته في ملصق أمريكي قديم يعود الى فترة الحرب العالمية الثانية، الشكل (22)، حيث توسط الملصق كمركز سيادة صورة للرئيس الأمريكي السابق (روزفلت) تنبثق منه حركة منتظمة للطائرات الحربية منطلقة من مركز السيادة نحو الخارج حيث تجسدت الحركة عن طريق الإحساس بالتتابع الحركي من خلال المنظور او العمق الفضائي، نحو الخارج وقد كتب المصمم عنوانين على جانبي الصورة (مركز السيادة)، الجانب الأيسر (في عام 1942 وهو العام الذي دخلت فيه الولايات المتحدة الحرب، ستنتج أمريكا 60000 طائرة حربية، بينما في الجانب الأيمن، ففي العام 1943، ستنتج أمريكا 125000 طائرة حربية) وهو زمن متجدد مستقبلي يقوم المصمم بتحديده لأغراض تعبوية وعسكرية لرفع المقدرة العسكرية الأمريكية آنذاك. لقد أراد المصمم التكهن بالزمان وهيمنة المكان من خلال التتابع الحركي والاّتساع الفضائي للطائرات المتجهة الى خارج حدود الملصق، ان المصمم قد تجاوز الواقع الى الخيال، وذلك بالسماح ((بتجاوز حدود الزمان والمكان ويكون في مثل هذه الحالات ملائما لكل مجالات التجربة

(1) حسني محمود / المكان في رواية زينب الواقع والدلالات – مجلة علامات في النقد – نادي جدة الثقافي – جدة يونيه 1998 – ص 211.

الجمالية والوجدانية ، او يصبح عنصراً أساسياً يتفاعل مع غيره من العناصر ، من أجل خلق الجو الذي يوحي بالفكرة المعينة)) [1].

3 - المكان في العمل الفني:

يختلف المكان في تفسيراته واهدافه في بناء الفكرة والمعنى في العمل الفني لاسيما الفنون التشكيلية اختلافا" كبيرا" عن فنون التصميم لاسيما (الملصق) وذلك من خلال التعبير الجمالي البحت احياناً ، وقد يكون التعبير المكاني عند الفنان التشكيلي مختلفاً من ناحية الاولويات للناحية الجمالية وتقديمها على الناحية التطبيقية ، من جهة وابراز المعالم التعبيرية من خلال الاشكال والالوان والكتل فضلا عن التكوينات المجسمة والمدورة والتقنيات المختلفة من جهة اخرى. ويتمكن الفنان من خلال الخطوط والأشكال وغيرها من العناصر البنائية لعمله الفني من ابراز التعبير والجمالية من خلالها مع ارتباط ذلك التعبير بالحالة النفسية (السايكولوجية) من خلال التاثيرات اللونية وحوار الاشكال مع بعضها البعض. فالفنان التشكيلي يستعيض عن الكلمات والكتابات في عمله الفني وهو ما يستطيع التعبير عن أفكاره وأهدافه من خلال مكونات العمل الفني نفسه فهو واضح وبدون الغاز وغموض فالمكان عند الفنان على وفق الدلالة الاصطلاحية ((وسط غير محدد يشتمل على الاشياء ، وهو متصل ومتماس لاتمييز في اجزائه وذو أبعاد ثلاثة هي الطول والعرض والارتفاع ويمكن بناء اشكال متشابهة فيه. يكون من المتعذر ايجاد مقاربة لهذا المفهوم في تيارات الرسم الحديث ، وبالذات التي تنزع نحو تحرير الخطاب الفني من الابعاد الهندسية تلك. وابعد من ذلك تجريده من محمولاته السايكولوجية ، والعقائدية ، والفكرية بما تقتضيه ميكانزم التفاعل بين المكان وشاغله)) [2] فاللوحة ((بوصفها مكاناً فنياً او جمالياً نجدها مشيدة تكوينيا في إبراز هذا الحوار او الجدل المتناغم ان الشكل يكتسب سمة موضوعية ، والارضية هي الاطار العام الذي تحدد فيه هذه الموضوعات الموجودة في

(1) عطية – محسن محيد (الدكتور) / الفن وعالم الرمز – دار المعارف بمصر – القاهرة 1996 – ص 92.

(2) عاصم عبد الامير / مصدر سابق –ص16

العالم الخارجي وهو الذي يحدد وصفها في المكان واتجاهاتها الرئيسية))[1] ففي لوحة (مرد الراس)*، الشكل (23) والتي رسمها الفنان بمناسبة حرب تشرين عام 1973 م، حيث أراد الفنان بيان فعل متغير المكان في العمل الفني من خلال عدة دلالات، فالجسر المتهدم في اللوحة، وهو في حقيقة أمره جسر (الحسين) الذي يربط الاردن بالضفة الغربية لفلسطين والمقام على نهر الاردن، حيث قامت القوات الاسرائيلية بتدميره في الحرب كما وضع الفنان دلالة تاريخية تتمثل بتمثال الملك السومري (كوديا) بدون راس في اشارة واضحة لتحطم رأسه بينما وضع تمثالا" اخر يمثل راس فرعون مصر، الى جانب الاسفل الايسر من اللوحة في اشارة الى خيانة مصر فالفرعون هو دلالة مكانية تاريخية مصرية معروفة بينما توسط العمل فتاة عارية تحمل صينية على رأسها وضعت فيه الراس المقدس (راس الامام الحسين) كدلالة على ان الحق سيعود الى اصحابه مهما كانت التحديات وبالصبر والجهاد والنضال سيعود الحق في تشبيه رمزي، كما تحمل الفتاة وهي رمز السلام في يدها خوذة جندي عربي اُستشهد دفاعاً عن الوطن والقضية العادلة. وهذه الفتاة هي رمز الحرية والسلام، حيث تأثر الفنان هنا بمحاكاة للوحة الفنان ديلاكروا (الحرية تقود الشعوب)، والتي كانت الحرية فيها مجسدة (بالفتاة العارية)، ان حركة عناصر العمل بكامله مرتبطة تحديداً بإبراز المكان من خلال الرموز التأريخية داخل العمل، كما ربط الفنان ماهود أحمد المكان هنا بالزمان من حيث وجود النساء العراقيات بملامحهن المتميزة والتي توحي تقاسيم وجوههن من البيئة الجنوبية العراقية، فالزمان واضح من خلال المعاناة النفسية المؤلمة المرتسمة على وجوه النساء الحزينة لفقدان الشهيد ورمز البطولة دفاعا عن الحرية والسلام والعقيدة. ومن هنا استطاع الفنان الدكتور ماهود أحمد من الربط مابين البيئة (المكان) والتقاليد والعقائد الدينية (الزمان) كما جسد الفنان الألم والحزن داخل العمل اضافة الى وضعه صناديق فارغة انتهى عتادها بعد دمار وألم وبطولة. ومن هنا

(1) الخفاجي / مصدر سابق ص139

* لوحة للفنان الدكتور ماهود أحمد – رسمها عام 1973.

استطاع الفنان الدكتور ماهود احمد من الربط ما بين البيئة (والمكان) عتادها بعد دمار وألم وبطولة . لقد تقصّد الفنان في تجسيد مكان رأس الفرعون ليوحي للمتلقي ان هذا الرمز المكاني هو مثال للسطوه والدكتاتورية. فالفنان نجح في اظهار المكان من خلال التمثال والجسر وراس الفرعون والراس المقدس المرتبط بالرسالة الاسلامية والحق، كما وتداخلت جمع هذه الدلالات ضمن الفضاء العام للعمل الذي يمثل الموضع (المكان الشامل) التي تتصارع عليه الاحداث من سقوط الدكتاتورية مع الجهاد من اجل الحق والحرية. كما ان جمالية المكان تعلقت بإظهار الموروث والمعتقد الديني والعقائدي. مما تقدم يرى الباحث ان الفنان قد توجه الى توكيد الزمكانية من حيث التاريخ والمتعقد وهو مايؤكده عاصم عبد الامير بتحليله للمكان الفني بوصفه (ضربا" من التعبير عن تجربه في الزمان والمكان .. تدليلاً على الاستجابة للحظة شعورية ضمن بعدها السايكولوجي او الديمومة الشعورية))[1] فالزمن التاريخي الذي تجسد في اللوحة اعلاه يمثل حركة الاشياء عبر امتدادها الوقائعي والتتابعي المتمازج ايضا مع الزمان النفسي المرتبط بالتتابع المكاني من خلال حركة شخوص اللوحة. ((فالاشكال التي هي وليدة تجربة اجتماعية لاتتغير الا اذا تغيرت التجربة الاجتماعية الثقافية التي انتجتها، وتغيرت القيم النابعة من هذه التجربة وتغيرت عقلية المجتمع وعلاقته بالاشياء ونظرته للعالم. ان تطور الشكل يفترض كذلك حرية الفرد، وحقه في الرأي والتعبير دون عوائق))[2]، كما ان تمثيل الدور المكاني التاريخي له أثر واضح في تحديد الدلالة الموجهة من قبل الفنان نفسه وحقيقة صراع الفنان مع تاريخه المطبوع في ذاكرته ومعتقده (فالتاريخ يفرض نفسه في الفن، غير ان النظرة الجمالية هي التي تعطي للتاريخ معناه، ان لم نقل انها هي التي تقود خطاه)[3]. فالمكان التاريخي الذي يعبر عنه الفنان التشكيلي بصورة عامة مع اختلاف مرجعياته التاريخية يميل حثيثا الى التعبير والتحديد عن الفن الهادف والمؤثر في المجتمع من خلال الاثر الفني

(1) عاصم عبد الامير / مصدر سابق ص16 .

(2) ادونيس / الصوفية والسريالية – دار الساقي – بيروت ط 2- 1995 - ص214 .

(3) اندرية ريشار / النقد الجمالي – ترجمة هنري زغيب – منشورات عويدات – بيروت -1974 ص198

((والفن شكل قبل كل شيء، والاثر الفني هو اثر فني لانه شكل كلي متسق مع نفسه وقابل للإدراك وكانما هو موجود طبيعي له وحدته العضوية واكتفاؤه الذاتي وحقيقته الفردية))[1] وفي عمل فني نحتي يحمل عنوان (البصراوية)* الشكل (24)، والذي نفذ أمام المخرج الرئيس لمطار البصرة الدولي، من مادة البرونز ويبلغ طوله 4 أمتار، والفنان محمد غني حكمت من الفنانين المرتبطين بدلالة المكان من خلال إثبات الهوية الحضارية والتراثية للعراق في العمل الفني، حيث يمثل التمثال هيئة امرأة جميلة بمفاتن جسمها وروعة رشاقتها، رافعة يدها محتضنة نخلة رشيقة باسقة من خلفها، حيث تعلو هذه النخلة مستوى رأسها من الخلف. النخلة هنا رمز من الرموز ذات الدلالة المكانية المرتبطة ببيئة العراق وتاريخه لاسيما البيئة الجنوبية للعراق ومدينة البصرة تحديداً"، وتنتشر فوق راس الفتاة البصرواية (عثوك التمر). وهي تحتضن النخلة مع عثوك التمر أما على جانبي التمثال و تنتشر خطوط متموجة تنزل من إبط الفتاة حتى نهاية أقدامها، إذ تلتقي هذه الخطوط من كلا الجانبين (جانبي التمثال) والتي رمز بها الفنان إلى نهري دجلة والفرات حيث يؤلفان قاعدة التمثال وهو شط العرب. لقد أبدع في إيصال الفكرة عن طريق إظهار جماليات المكان من خلال رموز البيئة المحلية للعراق فضلاً عن الإيحاء الشكلي بالخطوط المتموجة كدلالة مكانية للماء وهما نهرا دجلة والفرات كما بينا ذلك، لقد اُرتبط المكان والزمان بإنسانية الفنان في إظهار رموزه ودلالاته مع جماليات العمل الفني تقنيا لتجسد المكان بشكل واضح، فالإنسانية ((ليست معنى او محتوى يوجد داخل الانسان لكي يستطاع التعبير عنه فهي (الحالة) التي يكتشف فيها الفنان نفسه، وبهذا المعنى يمكننا من تنويع اكشافاتنا هذه الحالة وهي في شكل (علاقة) تتخلل (اللوحة / المادة) و الإنسان/الفنان/المشاهد/الناقد) و(العمل الفني/المكان/الزمان))[2] مما تقدم فقد عد بعض المحللين الفنيين الدلالة في العمل الفني ((مفهوم قصدي intentional بامتياز،

(1) عادل مصطفى (الدكتور) /دلالة الشكل –دار النهضة العربية – بيروت 2. . 1 – ص2

* عمل نحتي للفنان محمد غني حكمت – البصرة 1986 .

(2) آل سعيد – شاكر حسن / أنا النقطة فوق فاء الحرف – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 1998 – ص 95.

فالشكل لابد من ان يدل على شيء ويشير الى شيء ويقول شيئا. على ان يقول ويشير ويدل بالشكل وفي الشكل. ونقول بالشكل وفي الشكل لأن الشكل الدال ببساطة هو وحده ما يقوى على أحداث الانفعال الاستطيقي وغيره والأحدث الإنفعالات الحياة))[1]، ويشترك الفنان التشكيلي مع المصمم في إدراكه لمتغير المكان وتتابعه في العمل الفني والنتاج الطباعي (الملصق) في كون الاثنين فنانين، والفنان ((يعيش بين أفراد مجتمعه كأي فرد من أفراد هذا المجتمع وان مايميزه من بقية الأفراد هو مقدرته على إدراك عناصر البيئة التي يعيش فيها بشكل أوفى والمقدرة على المشاركة في مجالات التفاعل المختلفة سواء في مجال التفاعل الانساني او مجال التفاعل المادي وما الفن الا نتيجة من نتائج هذا التفاعل الذي يساعد في بناء ثقافة مجتمع ما))[2] لذلك فان الفنان والمصمم يجتمعان في الحالة المذكورة آنفا، فالزمكانية في الفن ذي البعدين بصورة عامة كالرسم والتصميم ،((مشتركة وان استلامهما يتوقف شرطاً على الوظيفة اذ تبدأ في الاختلاف فيما بينهما ففي الرسم تكون الرغبة في اظهار الشكل الانساني والطبيعة او في اظهار الشكل المجرد وفي التصميم فان الاستخدام الشكلي يكون شرطاً للمكملات الاساسية للغرض الوظيفي يكون محكوما بشرط الموضوع المراد تصميمه.

ان الاطار يلعب دورا" اساسيا" وشبه شرطي لانه محكوم بطريقة عرض اللوحة))[3]. اما النحت فهو فن تشكيلي ينحى منحى الرسم في ابراز الدور الدلالي لحركة المكان وتتابعه من خلال التشيكل الفني للعمل النحتي سواء كان ذلك التشكيل النحتي مدورا" (مجسما) او بارزا" كما يشكل تاطير العمل وتحديده سواء كان رسما او نحتا دورا" مهما في تحديد العمل الفني لأنّه نوع وليس كمّاً، اما في ((التصميم فلا يوجد شرط في استخدام الاطار ان الاختلاف الوظيفي بين الرسم والتصميم نراه في الكمّ العددي ففي الرسم يكون الشرط قائماً على اساس اللوحة الواحدة أما في التصميم فإن هناك تعددية

(1) عادل مصطفى / مصدر سابق – ص 61.

(2) محمود صادق / التحديد الاجتماعي لمنهاج الفن – ابحاث اليرموك – المجلد السادس – العدد(1) جامعة اليرموك – الاردن 199. ص82.

(3) الدوري – سهاد عبد الجبار / مصدر سابق – ص38. .

للخط الانتاجي بتكرار التصميم الواحد))[1] فالتصميم فنّ تطبيقي يؤثر في المجتمع زمكانيا من خلال الهدف والوظيفة الموجهة من خلال النتاج الطباعي (الملصق) والقابل الى النشر والتوزيع كوسيلة اتصال مؤثرة وموجهة نحو فكرة معينة. الفن والنتاج الفني ((هو في حقيقته نظام يتصف بالجدلية ما بين الانسان ككائن منتج ومتلقٍ ومعطيات بيئتة الاجتماعية والطبيعة وهذه الجدلية ليست بالضرورة ان تحقق نسخا للمعطى البيئي بل يمكن ان يفسر المعطى بتركيبة محلّلة بحيث تتجاوز المعطى وتعيد صياغته وهو ما حصل في فنون الحداثة))[2] ومنها الفن التجريدي عن طريق الترميز الدلالي للاشياء ومكونات البيئة. ويشترك الفنان والمصمم الطباعي في مقدرتهما على تحقيق ((المتوازنات الجديدة ما بين الانسان والبيئة التي هي تفاعل زماني مكاني متطور وديناميكي دائم عند الانسان. كما اشار جون ديوي))[3].

(1) المصدر نفسه – ص38

(2) زهير صاحب – مصدر سابق – ص 151

(3) نجم عبد حيدر (الدكتور) / علم الجمال افاقة وتطوره – وزارة التعليم العالي والبحث العلمي – بغداد ط2. . . 1 – ص 115.

4 - الزمكانية في تصميم الملصق:

يعد متغيراً" الزمان والمكان في عملهما وفعلهما معا" ((الشكلان الاساسيان لوجود المادة، وصفتان جوهريتان من صفاتها، ان العلاقات المكانية تعبر عن ترتيب وضع الاحداث الجارية في وقت واحد، من جهة وعن امتداد الاجسام المادية من جهة اخرى .اما العلاقات الزمانية فتدل على ترتيب وقت الاحداث المتعاقبة وعلى ديمومتها وكانت الفلسفة المادية تقول دوما بموضوعية وشمولية المكان والزمان وهذا يعني انهما موجودان خارج الوعي، وبصورة مستقلة عنه، وانهما ملازمان لكافة مواد الواقع وظواهره))[1] وتسمى العلاقة الوطيدة ما بين الزمان والمكان بالزمكانية، ان ما يحدث في الزمكان ((هو انصهار علاقات المكان والزمان في كل واحد مدرك ومشخص، الزمان هنا يتكثف، يتراص، يصبح شيئاً فنياً مرئياً، والمكان ايضا يتكثف، يندمج في حركة الزمن والموضوع بوصفه حدثاً او جملة احداث والتاريخ. علاقات الزمان تتكشف في المكان، هذا التقاطع بين الانساق وهذا الامتزاج بين العلاقات هما اللذان يميزان الزمكان الفني))[2] لذلك فان الزمان والمكان مرتبطان مع بعضهما على الأغلب وذلك من خلال تحليل النتاج الفني لاسيما الملصق، وذلك لكون الملصق هو زمكان بحد ذاته لما تحتويه من لغة عصره وتعبيره الحقيقي عن اللحظة وحركتها فالمكان هو وعاء الزمان، ((واذا جمعت بين الزمان والمكان في تصور واحد امكنك ان تولد مفهوما جديدا" يطلق عليه اسم المكان – الزمان وهو ذو اربعة ابعاد تؤلف متصلاً مكانياً – زمانياً يرمز اليه باربعة متغيرات أعني بالطول والعرض والعمق والزمان وهذه الابعاد ضرورية لتحديد كل ظاهرة طبيعية لان الظاهرة الطبيعية لاتحدث في المكان وحده بل تحدث في المكان والزمان معا))[3]. والزمكانية في العمل تعد ((التشخيص المادي المفضل للزمن في المكان هو مركز التجسيد والتشخيص التصويري))[4] ((وهكذا تكون الاشياء المحسوسة مركبة من مادة ادركت بالحس وصورة زمانية ومكانية

(1) المعجم الفلسفي المختصر / مصدر سابق – ص474

(2) بختين – مخائيل /اشكال الزمان والمكان في الرواية –ترجمة يوسف حلاق –منشورات وزارة الثقافة -دمشق 199. - ص6.

(3) جميل صليبا /مصدر سابق - ص413.

(4) بختين - مصدر سابق – ص23. .

انشأتها الحساسية الصورية، أي الحساسية التي تخلق الصورة الموحدة للاحساسات المختلفة وتتالف الاشياء المعقولة من مادة وهي الظواهر التي تصوغها الحساسية الصورية في إطار الزمان والمكان، وصورة وهي القوالب التي ينشئها الفهم الصوري ويوحد بها تلك الظواهر))[1]، كما ان إدراك النظام الفني في الفن عموما يمكن إدراكه من خلال الطاقة التعبيرية لمكونات العمل بتعبير اخر مع الاتصال فيما بينها لتؤلف الخطاب الفني الموجه، ففي ملصق يتحدث عن دور المرأة العراقية في الوضع الراهن من خلال الرسالة التي وجهها المصمم* بعد الحرب والحصار الى المراة بعبارة (ستبقى المراة العراقية شامخة شموخ نخيل العراق) الشكل (25) لقد وضع المصمم (دلالة زمانية) عن طريق استخدام الرمز التاريخي (المتمثل بالملكة السومرية بو –آ- بي او تدعى خطا شبعاد)، والتي وجهها ضمن الفضاء العلوي للتصميم مع احاطتها بهالات ضوئية كتوكيد زماني لاهمية هذا الرمز، كما وضع المصمم صورة تمثل البيئة الطبيعة الجنوبية (الدلالة المكانية)، لقد أراد المصمم في هذا الملصق جمع الزمان والمكان من حيث الرمز التاريخي السومري وهو من ارض الجنوب في اثبات الزمكانية من خلال التراث والموارث الحضاري ((فالتراث على وفق هذا المنظور يرتبط بالزمان المتطور والمتجدد. و يقصد بالزمان التراثي قدرته على الحركة والتجدد النابعين من مثاله الثقافي في مدى تاثيره في جيله وعصره واستمرار ذلك التاثير في الاجيال والعصور اللاحقه له. فالتراث ليس نظرة تجريدية للماضي وان كان الماضي يؤلف مع المستقبل فليس ثمة زمان حاضر. فالحاضر هو الان الموهوم المشترك بين الماضي والمستقبل))[2]، فالمصمم قد كان هادفا في تحقيق زمكانية معاصرة للتراث العريق للعراق من خلال المبالغة الحجمية في راس الملكة السومرية والتي ساهمت في تحقيق الواقع الزمكاني من خلال التراث. فالتراث لايولد خارج الزمان والمكان، لذلك فان التحديد الزمني لاي عنصر تاريخي في الملصق لاينفصل ابدا عن التحديد المكاني، وهو الحضارة السومرية العريقة. ((ان ماضينا يتحول الى مكان آخر ويصبح الزمان والمكان مخترقين

(1) الصدر – مصدرسابق - ص137.

* من تصميم الباحث

(2) الصدر – مصدرسابق - ص137.

ومتخللين بحس غير واقعي)) [1] لذلك فان التراث جانب أظهرته الزمكانية في هذا الملصق من جهة ، كما تجسدت الزمكانية في البيئة الطبيعية الجنوبية ، من خلال مكوناتها الطبيعية كالنخيل والمياه والقوارب .. الخ ، لقد جاء هذا الربط الزمكاني في تصميم هذا الملصق كما ذهب (بودلير) ((بما بعد الطبيعة يسعى الى إدراك الجمال حسيا بتكثيف وجود الاشياء وإرجاع هويتها اليها بصورة مبالغ فيها ، وتوسيع بعدي الزمان والمكان ، بما يسمح للاشياء بان تتخطى حدودها وترديد اصداء رنينها وهكذا تتوسع قدرة الفنان على تحسس اعماق الحياة بشكل مباشر)) [2] فالمصمم يطرح معادلته الافتراضية في تحديد الموضع او المكان ((الحيز ، المقتطع من تلك الكلية الشاملة إذ أن آلية القطع المكاني ما هي الا تفريغ متعمد لحيز زمني)) [3] لذلك فان وصف المكان المحدد يفترض لحظات زمنية قد تكون متوقفة او متحركة تبعا للحدث.

وفي ملصق روسي يعود الى الفترة الاشتراكية ، الشكل (26) والذي يجسده الزعيم السوفيتي الراحل (لنين) ، وهو يحمل بيده صحيفة وكانه يصرخ من الفرح ، لقد استطاع المصمم بناء الزمكانية من خلال اللحظة الآنية ليده ومعالم وجهة المستبشرة بالغد الجديد ، لقد جسد المصمم الانبعاث الاشتراكي وتقدم الفكر في الحرية وبناء المستقبل من خلال التكوين العام للملصق ، والرمز السياسي الذي جسده بدلالتين ، تمثلت الدلالة الاولى بشخصية الزعيم السوفيتي لنين ، والدلالة الثانية كانت من خلال اللون الاحمر رمز الشيوعية ، فالرمز هنا يمكن وصفه ((انه ثمرة ثلاثة جوانب من صنع الاستعارة التي تظهر على شكل اقامة علاقة دقيقة بين الصور ويظهر من تلك العلاقة بعد ثالث برّاق وسهل الاستيعاب والتكهن ويتكون الرمز من الموضوع والفكرة من الحضور والغياب)) [4].
ويمكن ادراك الحركة الزمكانية ايضا" من خلال الحركة الكامنة وراء حدوث الفعل ورد الفعل ، ففي ملصق غربي الشكل (27) والذي تبدو فيه تسع طائرات حربية متتابعة

(1) جاستون باشلار / مصدر سابق – ص91 .

(2) عطية –محسن محمد (الدكتور) / مصدر سابق – ص 91.

(3) نصيف جاسم / مصدر سابق - ص24

(4) القصب – صلاح (الدكتور) و الدكتور مجيد الخطيب / انشائية الصورة بين الدراما الرمزية – الاكاديمي – العدد (2.) – بغداد 1998 - ص72.

ومنتظمة الانطلاق وهي تحلق عاليا بحركة تميزت بالسرعة مولدة خلفها أدخنة ملونة بالوان الاخضر والاحمر والابيض وكأنها ألوان العلم الايطالي المتعارف عليه عالميا، وقد اشار المصمم الى تنبؤ زمكاني من خلال التوكيد على العبارات الموجودة في اسفل الملصق مفادها (معا سنقف دائما)، أي ان اتحاد قوتنا وتدعيم التعاون بيننا يساهم في صنع القرار وتحقيق الهدف التعبوي، او ما أرتبط بذلك، لقد جعل المصمم من خلال أنبعاث الادخنة من الطائرات ايحاءً بالسرعة الحركية والتقديم الى الأمام ((ان فكرة التقدم لايمكنها في الواقع إلا ان تخلق احساسا بالسرعة المتصاعدة))[1]، ان إيهام الحركة يمكن الاستدلال عليه من خلال الاتجاه ورد الفعل لاسيما ارتباط الفعل ورد الفعل بالزمن ((اذ ان الشعور برد الفعل يتغير بسرعة ترتبط بالحركة، والحركة ترتبط بالكتلة وهي نفسها ترتبط بالزمن))[2]. مما تقدم فالفنان يستمد ((طاقة انفعالية من نفس ظروف وجودنا بكشفه لمدلول عاطفي في الزمان والمكان))[3] وهو ((لاينتج لزمانه ومكانه فحسب، وانما يتوجه بإبداعه الى الاجيال القادمة والمجتمعات المستقبلية))[4] وهذه من أولويات عمل الفنان والمصمم في تجسيده للزمان والمكان، فهما وظيفتان اعلاميتان ووظيفتان مهمتان عند المصمم، ويمكننا القول أيضا إنّ المصمم هو من يستل مفرداته من بيئة وجوده وماحوله من متغيرات او مسميات ترتبط بمرجعياته ومعتقداته ايضا"، وهذا ((يشير الى حقيقية اساسية وهي اتصال الزمان عبر الاشياء ونفاذه فيها واشعاع الاشياء (زمانيا) بعضها على البعض الآخر فان التدخل (الزماني – المكاني) الزمكاني وهو الذي يسمح لنا بان نشعر بالاستمرار (الزماني))[5] (فالزمان)و(المكان) او (الزمكانية) بتعبير اخر هي شكل رئيس لوجود المادة كما اسلفنا الذكر ويطلق مصطلح الزمكان من تركيب مصطلحي (time–Space) ((او المكان – الزمان الرباعي الأبعاد الذي يمكننا به تحديد مواقع كل الحادثات تحديدا دقيقا كما

---

(1).بيرتو – صوفي / الزمن والحكي وما بعد الحداثة – ترجمة ابراهيم عمري – مجلة نوافذ – نادي جدة الثقافي – العدد (4) – 1998 – ص87.

(2) الحسيني – إياد (الدكتور)/ التكوين الفني للخط العربي وفق اسس التصميم – دار الشوؤن الثقافية العامة – بغداد 2..2 – ص181.

(3) هربرت ريد / الفن اليوم – ترجمة محمد فتحي وحر جييس عبدة – دار المعارف بصر – القاهر 1985 – ص92.

(4).رياض عوض (الدكتور) / مقدمات في فلسفة الفن – جروس برس – بيروت 1994 – ص2.1.

(5) الخطيب – عبد الله / مصدر سابق ص 200.

يقول أنشتاين))[1]. لقد اثبت العلم ان الحركة ((هي (ماهية) الزمان والمكان وان المادة والحركة والزمان والمكان وحدة لاتتجزأ))[2] كما ان ((تقاطع الحركات الفنية عبر الزمان والمكان يجمع الفن الحديث في كل يوفر الخلفية الذهنية والرؤيوية للرسوم الفردية))[3]((ان اقتران الزمان بالمكان وتداخل احدهما بالآخر موضوعيا" يشكل اطار كل حياة، ، وحيّز كل تجربة وحدث، وفي نطاق هذه الظاهرة الثابتة والموحدة نشأت فلسفة الانسان، وتصوراته عن عناصر ماهية الوجود. وانعكست في مفردات اللغة والفكر فالعلاقة المطلقة، والمستديمة، والمتصلة بين الزمان والمكان، لم تكن علاقة طبيعية مجردة فحسب، انما هي وعاء حتى لمضامين الفن من اجل التعبير عن معاني الحياة والفكر، وتعميق التجربة الانسانية ومؤثراتها في الوجود))[4]. اما اللحظة فان الحضور الزمكاني لها يتضمن اتساعاً في مدركات العمل الفني او لنتاج الطباعي (الملصق) من خلال المقدرة على تكوين وتوليد الصراع الدرامي ومن ثم إدراك ذلك الصراع من خلال حركة اللحظة وديمومتها وانتشارها مرئيا من خلال العناصر والاشكال، ولا مرئيا من خلال الايهام بزمكانية الحركة واتجاهها، ففي ملصق يتضمن عرضا لاحدى سمفونيات بتهوفن، الشكل (28) والتي اشار اليها المصمم من خلال الخصوصية في تكوين الاشكال وتفاعلها مع بعضها، حيث وضع المصمم صورة تخطيطية للموسيقار الالماني بتهوفن، والى جانبه يدا تحمل العصا وهي يد المايسترو او قائد الفرقة الموسيقية، او قد تكون يد الموسيقار نفسه ،ان اللحظة الزمانية غير متوقفة بل انها في حركة مستمرة وبدون توقف، أي ان الديمومة مستمرة ومتناغمة بأيقاع غير متوقف، كما اشار المصمم الى الحضور الزمكاني من خلال الرمز الشكلي التخطيطي للموسيقار من جهة، والعنوانات الكتابية من جهة اخرى، ان الحضور الزمكاني كبير من خلال الحركة وديمومتها المستمرة. ان ثقافة المصمم بدورها من الاهمية الكبرى في تحديد الحضور الزمكاني والاحساس به واقعيا" ومن خلال التعدد التقني والاظهاري ،لذلك فان جميع انواع الفنون قد تطورت ((واستقرت انماطها وفق الزمان

---

(1) محمد – علي عبد المعطي (الدكتور) / مقدمات في الفلسفة – بيروت 1985 – ص 232.

(2) المصدر نفسه - ص2 .4.

(3) هربرت ريد / النحت الحديث –ترجمة فخري خليل –مراجعة جبرا ابراهيم جبرا –دار المامون للنشر –بغداد 1994 - ص15..

(4) مطلك – حيدر لازم / مصدر سابق – ص 154 –155 .

والمكـان والمـادة وطبيعـة الـسلطة الـسياسية والاقتـصاد والمعرفـة والآيـديلوجيا (دينيـة ام علمانية))[1].كما ان ((الامر الـذي اوجـد نقلـه نوعيـة في طبيعـة الفـن باعتبـاره تعـبيرا جـادا وصحيحا عن الزمان والمكان وهو صورة الروح وثقافة المجتمع))[2]. مما تقدم فـان الحـضور الزمكاني والتفاعل ما بين متغيري الزمان والمكان تساهم بشكل واضـح في تأسـيس الفكـرة عند المصمم من خلال الصراع السايكولوجي والذاتي ومن خلال تماسه المباشر مـع مجتمعـه وبيئتـه وحياتـه اليوميـة، فـضلاً عـن العوامـل الـسياسية والاجتماعيـة وغيرهـا مـن العوامـل الـضاغطة علـى المـصمم. كمـا ان المـصمم هـو ابـن الحاضـر والماضـي والمتنبـئ بمـستقبله الافتراضي، فثلاثية الزمن (الماضي – الحاضر – المستقبل) هي لازمة في افكـاره وضـاغطة في تعبيراته، فالماضي هو التاريخ والتراث والمرجعيات الراسـخة، ((فثمـة فـرق بـين الماضـي والـتراث. فالماضـي هـو مجموعـة الاحـداث والوقـائع الـتي تقـع لأمـة مـن الامـم مـن خـلال تاريخها وعلاقتهـا بغيرهـا مـن الامـم الاخـرى. في حـين يعـدّ الـتراث انعكاسـا لواقعـه المتّـسم بالأصالة والمعاصرة في آن واحد، كما يقال الجزء الباقي المتمد الصالح لان يكون جـزءا مـن الحاضر وان اختلفت صورته المادية باختلاف انماط المدنية على مر العصور))[3] لـذلك فـإن ((حركيـة الأزمنـة هـي الـتي تعطـي للمكـان أبعـادا أخـرى))[4] وفي العلاقـة مـابين الماضـي والـتراث تتجـسد فنيـا عنـد المـصمم مـن خـلال الرمـوز ودلالاتهـا الـتي تتحـول الى تجـسيد زمكـاني للتـأريخ والـتراث في أطـار معاصـر، في الملـصق الحـديث، ويمكـن القـول ان الرمـز التأريخي كالبناء القديم الأهرامات القديمة الزقورات العراقية القديمة وغيرها عـن أستنباطها من قبل المصمم في ملصقاته فقد يتحول المكـان الى ((فعـل زمـني، ويتحـول الى زمـان))[5] ويرتبط المكـان بالزمـان في المكـان الأزلـي ضـمن الزمـان الأزلـي، امـا الـزمن الكـوني فهو ((زمن العـالم، زمـن الوجـود، ولقـد أخـذت بدايتـه مـع نظريـة الانفجـار الأعظـم Big - Bang وهو ما يخيـب آمالنـا وتـصوراتنا عـن لا نهايـة للـزمن وأزليتـه، ومهمـا يكـن

(1) بلاسم محمد (الدكتور) / النقد والفن ودراسات في النقد الفني – مكتبة الفتح – بغداد 2. 3 - ص6.

(2) زهير صاحب / مصدر سابق – ص1. 3.

(3). عناد غزوان (الدكتور) / التراث فكر وحضارة – الورد- العدد (2) – بغداد 2. .. - ص129.

(4) الخضور – جمال الدين / مصدر سابق – ص 24.

(5) المصدر نفسه.

الأمر تبقى هذه البداية مجرّد خطوة لتفهّم طبيعة الزمن وفهم الطبيعة الكونية، ويجب ان لانأخذها على انها ولادة للزمن نفسه او ولادة للكون برمته بل بداية للفهم التجريبي لفكرة الزمن من حيث موضوعيته. فالزمن ليس بعداً للأشياء فحسب بل سلوكا لها وهذا السلوك يختلف تبعا للحدث المتزمّن فيه والأشياء التي تأخذ دورها في الحدث))[1] فالزمن الكوني الأزلي يشغل ملامحا مكانية أزلية، مكان تطور الحياة، مكان دورة الطبيعة، مكان حركة العناصر والرموز، ولعل الملصق من خلال التفاعل الفكري للحدث والصراع معه عند المصمم هو من يولد زمكانية الهدف والتعبير والوظيفة.

ان التفاعل مابين المصمم والبيئة هو مايتولد عنه زمكانه بتعبيراته الموجهة في تسليط الضوء على المتغيرات التي تواجه المجتمع، والمصمم هو واحد من هذا المجتمع، القابل الى التغيير والتبدل، ضمن مكان ثابت وزمان متغير، وقد يكون زماناً عاماً وهو ((ذلك التيار الجارف الذي يسبح الانسان به على نحو جماعي، أي بضمن جماعة بشرية تتكهّن برأي جماعي متفق عليه مجتمعيا، حيث يتطور إتجاه جماعي يمكن ان يسمى بروح العصر))[2] لذلك فالنتاج الثقافي ومنه الملصق لابد من تمتعه بروح العصر وتجدّد الرؤية بزمكانها المتطور والمبدع.

(1) الصديقي / مصدر سابق – ص 14.

(2) الدعمي – محمد عبد الحسين / أنتصار الزمن – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 1985 – ص 9.

الفصل الثالث

الملصق العَالمي

- نشأته
- تطوّره

الملصَق العَالمي
نشأته وتطوّره:

1- الملصق العالمي المعاصر تأريخه و مفهومه وعلاقته بالاعلان:

يعد الملصق (poster) من اهم الوسائل الاتصالية التي تؤدي هدفاً فكرياً وعقائدياً وسياسياً فضلاً عن الارشاد والتوجيه وغيرها يراد من وراء فكرته التركيز على المعاني من خلال الدلالات الموجّهة والمتجسّدة من خلال عناصر الملصق وبنيته ، فالملصق هو رسالة فنية قد تكون جمالية احيانا ، بيد أنَّ الجمالية نسبية او قد تكون وظيفية بحتة .

ظهرت الملصقات لأول مرة بوصفها فناً تصميمياً حديثاً ، في القرن الخامس عشر حيث ((يعود اول انتاج للملصق المطبوع الى السنوات الاولى من اختراع الطباعة ، عند اختراع جوتنبرغ (Gutenberg) (1438- 1445) حروف الطباعة المنفصلة وكانت تلك الملصقات تحتوي اغلبها على مادة مكتوبة ، وكان الغرض منها حمل رسالة الى اكبر عدد ممكن من الناس وبأقل الوسائل كلفة وكانت تلصق في الكنائس او في الاماكن العامة الاخرى))[1] وفيما بعد تطورت الملصقات من الناحية الموضوعية والتعبيرية حتى شملت التطور التجاري او الترويج للمواد وتطور الإمكانيات الصناعية. ومن ثم ((اخترعت الطباعة الحجرية التي انشاها الويس سنفلدر Aloys Senefleder عام 1796 م))[2] ، وكانت تلك الملصقات تحتوي على صور توضيحية مبسطة كدلالاته على المعارض والبيانات الحكومية او الملكية او اعلانات او دعايات لنشر الكتب ، وكانت تطبع الصور التوضيحية في هذه الملصقات ، بحفرها على الخشب ، حيث كانت هذه الطريقة تستخدم في

(1) خليل ابراهيم / المضامين الفكرية وعناصر التصميم الفني الملصقات في العراق – رسالة ماجستير غير منشورة – كلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد- 1987- ص19

(2) روبير اسكاريت / صناعة الكتاب بين الامس واليوم – ترجمة الدكتورة رجاء ياقوت صالح – دار هرام القاهرة – 1977- ص7.

ذلك الوقت. وفي حوالي عام 1800 م بدأ عهد جديد في تطور الملصق لاسيما بعد الثورة الصناعية ، حيث بدأ التصنيع الذي ساهم في تقدم الحياة على صعيد انتاج السلع الصناعية المختلفة ، وبعد تطور الطباعة الحجرية والتي شهدت امكانية طباعة الصور والرسوم الملونة في الملصقات المسرحية والاستعراضية ، لدور الاوبرا او المسرحيات الهزلية. ((لقد ظل اللمصق لفترة التي تقع بين 1870م ونهاية الحرب العالمية الاولى مرتبطاً بالمبدأ التجاري. وبذلك يثبت للملصق تأريخيا مرحلتان ، الاولى تقع بين 1870. م- 1919م عندما كان الملصق جزءاً من العمليات التجارية ، والثانية في عام 1919م حتى الوقت الحاضر))[1] ، ففي بداية عام 1867م بدأ الملصق بأخذ ابعاده الكاملة ، حيث جعل (شيرية) فكرة الملصق ثورية ، كما جعل للكتابة والنصوص دوراً ثانوياً بالنسبة الى حجم وتقنيات الصورة داخل الملصق ، وكأن الملصقات كانت عنده للإيضاح او لبيان وتوكيد الفكرة. لقد تخصّص في تصميم الملصقات المسرحية حيث ركز في تصاميم ملصقاته على رقصات الممثلين ورقصة الكان كان المشهورة في فرنسا ، كما جعل بعد الفنان الفرنسي (تولوز لوترك) الذي كان يقتاد مقهى الطاحونة الحمراء ، ليرسم الرقصات ويدخلهن في تصاميم ملصقاته الاستعراضية والفنية مع الكتابات بألوان فضفاضة ، انتشرت اساليب شيريه في تصميم الملصق الى اوربا وامريكا ، اذ استخدمت الملصقات للاعلان عن المسرحيات والاعلان التجاري في بعض الأحيان ، وقد تطور فن الملصق بعد دخول ميدانه الفنانين الفرنسين أمثال تولوز لوترك وبيير برنارد ، وكان ذلك التطور نهايات القرن التاسع عشر ، وكان تطوراً كمياً ونوعياً ، من حيث التعبير الشاعري والرومانسي مع استخدام المساحات اللونية والتنوع التصميمي فضلا عن التنوع التقني ايضا. كما ظهر عدد من الفنانين الأوربين الذين ساهموا في تطوير فنّ الملصق في اوروبا بعد تولوز لوترك وكان من بينهم الفنان الأنكليزي اوبري بيرد سلي والفنانة الأسكتلندية فرايش ماك دونالد ، والأمريكي ويل برادلي ، لقد أدخل برنارد نوعاً من التجديد في إخراج الملصق حيث قام بعملية تداخل وتراكب مابين

(1) العزاوي –ضياء / فن الملصقات في العراق – وزارة الاعلام – بغداد –1974- ص16

النصوص والصور، كما وضع أحيانا كخلفية للعمل من اجل توكيد الفكرة او أيضاح المعنى للمتلقي مع التركيز على اهم العبارات الواردة في النصوص ودلالتها. ان ظهور فن طباعة الليثوغراف (الطباعة الحجرية) والتي أشرنا اليها، من خلال التوسع الصناعي العالمي في القرن التاسع عشر ساعد على أمكانية طباعة الملصقات الملونة والتعدد في طباعة تلك الألوان.

وفي حوالي عام 1900 م ((تبلور العديد من الحركات الفنية في كل من هولندا والمانيا والنمسا، واصبحت في فرنسا تواجه منافسة حقيقية في زعامتها لهذا الفن. فقد ظهرت أعمال للفنانين جون رسكن و وليام موريس ذات الأهتمام بالحروف والتكنيك والألوان البسيطة وقد توضحت أعمالهم في حركة (الباهاوس) في الماني (1919م – 1928م) وهذه الحركة ساهمت في إغناء تصميم الملصق بطرق جديدة. كما تركت الأساليب الفنية التي ظهرت تأثيراتها في حركة فن الملصق ومنها السريالية))[1] ففي بداية الحرب العالمية الأولى عام 1914م أصبح الملصق وسيلة دعائية استخدمت لتشجيع التجنيد والدخول الى القوات المسلحة لغرض القتال. وفي الأعوام 1920 م حتى 1930 م تأثر تصميم الملصق بالحركات الفنية آنذاك كالتكعيبية والدادائية والتجريدية، كما تعددت أغراض الملصق بعد دخول السينما، حيث أصبحت هناك ملصقات سينمائية ومسرحية، تركز على دور الصورة تركيزاً رئيساً. وبعد الحرب العالمية الثانية (1939م – 1945م) ظهرت تصورات سياسية وفكرية جديدة اوجدت نتائج تعارض الحروب وتدعو الى السلام، ولعل التجديد الفني للملصق مابعد الحرب أكسب الملصق طابعاً تصويرياً ليس له غرض تجاري بل يحمل رسالة فنية وجمالية. ومن ثم بدأ الفوتغراف كتقنية متطورة تظهر على الساحة الفنية وتكون أكثر صراحة في نقل معالم الملصق والتوسع في أنتشاره وتوكيد مصداقية قضيته المطروحة. ولايريد الباحث التعمق في هذا الموضوع كثيرا وذلك، لأن الدراسات السابقة في مجال التصميم لاسيما الملصق قد تطرقت الى تاريخ الملصق بشكل تفصيلي ومنها دراستا ضياء العزاوي والدكتور خليل ابراهيم الواسطي. اما الملصق فيمكن تصنيفه الى عدة أصناف تبعا للموضوع ومحدداته، فالملصق السياسي وهو الملصق الأكثر تأثيراً في النفس لما يحتويه من مكونات وعناصر في بنيته الفنية تساهم بدورها في تسليط

(1) المصدر نفسه – ص 14.

الضوء على قضية سياسية تثير الجدل ومن ثم سبر أغوار تلك القضية لتحقيق نتائج تتجه عقائديا نحو ذاتية المصمم نفسه. وقد ظهر الملصق السياسي منذ عام 1945م ((ونتيجة للحرب العالمية الثانية ، ظهرت تصورات سياسية وفكرية جديدة ، أوجدت نتاجات تعارض الحرب منها (لا هيروشيما) إلا ان التصورات ظلت في حدود المضمون الفكري أكثر من الأسلوب الفني))[1]. والملصق السياسي من الملصقات الشائعة في العالم لاسيما في عصرنا الحديث لما تواجه العالم من أزمات سياسية وتحولات دولية فضلا عن العولمة والعالم الجديد. كما يرتبط الملصق السياسي بإبراز الجانب الدرامي في الصراع وتسليط الضوء عليه مع تفعيل زمانه ومكانه ومن خلال التقنيات الاظهارية والتنوع في ذلك من حيث التكثيف الكتلي للعناصر والصور والأشكال ، فضلاً عن الاختزال في المكونات نفسها والمبالغة الشكلية والمبالغة الحجمية فضلاً عن المبالغة الموضوعية. اما الملصقات الاجتماعية والتي تهتم في الكشف عن الخصائص البيئية والأجتماعية من عادات وتقاليد وعقائد ومدى تأثير تلك القضايا على الرأي العام والخاص ولهذا النوع من الملصقات محدودياته الموضوعية من الناحية العقائدية والدينية. حيث ((ظهرت بعض الملصقات التي كانت تعلق على أبواب الكنائس لترويج التعاليم والكتب الدينية))[2]. كما أنّ هناك العديد من الملصقات منها على سبيل المثال الملصق الثقافي الذي يتضمن الملصقات السينمائية والمسرحية والتلفزيونية وملصقات الكتب وغيرها. ويرى الباحث أنّ هناك إختلافاً نسبياً مابين الملصق• (Poster) والإعلان (Advertising) مع وجود علاقة بينهما

---

(1) خليل أبراهيم / مصدر سابق – ص 23.

(2) مقبل – محمد سعيد (الدكتور) / الأعلان الصحفي في المنظور الأقتصادي والأعلامي – مجلة كلية الآداب – جامعة صنعاء – العدد (19) 1996 – ص 442.

• عرفت العديد من المصادر الملصق فهو ((وسيلة اتصالية بصرية، هدفها نقل فكرة معينة الى جمهور ما بحيث يكون للفكرة معنى واضح ومفهوم، ويؤدي الملصق عدة وظائف منها ما هي إعلامية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية أو سياسية أو فنية أو تجارية أو تعليمية أو إرشادية. ينظر: خليل ابراهيم - / مصدر سابق – ص 2) كما يعرف بأنّه ((مطبوع يصمم من اجل أنْ يفهم من نظرة سريعة. وهو يجمع مؤثرات بصرية مباشرة بوسائل اتصال مختصرة ذات مقدرة على منافسة المحيط المشوش بصرياً ولكي يكون كذلك ينبغي ان يحتفظ بالوضوح والتميز، فالملصق تعبير عن فكرة، فهو يسير في تكويناته، مكثف في كل جزء منه، ولأن الفنان يسعى من خلاله الى تحقيق هذه الفكرة، عبر التغلب على المشكلات التي تظهر فأنه يتضمن عنصراً ذهنياً عميقاً. ينظر العزاوي – ضياء / مصدر سابق – ص 11). فيما يعرفه آخرون بأنه ((نوع من أنواع الرسم التي تتوجه الى الجماهير العريضة، ولكن التوجه الى الجماهير العريضة يفرض بعض الشروط، وأهمها سهولة القراءة والوضوح حتى آخر حد ممكن، دون التنكر لأهمية الشكل بالرغم من خصوصيته. ينظر: عبود عطية / جولة في عالم الفن – المؤسسة العربية للدراسات والنشر – بيروت 1985 – ص 210)، والملصق أيضا ((وسيلة بصرية تعبر عن فكرة او موضوع معين بالصور والرسوم مقرونة بالعبارات المناسبة، وهي وسائل فعالة للاتصال بالجماهير والتأثير فيهم لذا يستوجب الإكثار من استخدامها في التوعية بكل أنواعها والتثقيف العمالي والإرشاد الصناعي والمهني. ينظر: البصام – كمال / المطبعة الحريرية – منظمة العمل العربية – بغداد – ب. ت – ص 10)

احياناً إذ يلتقيان معا (كملصق إعلاني). ويتكون الملصق عادة من صورة واحدة او عدة صور، توضيحية ملونة او غير ملونة مع نص إرشادي معين او علامة او دلالة. وهناك ملصقات سياسية وثقافية وتعليمية كل حسب الوظيفة المرجوة منه، أضافة الى التجارية التي يتحول فيها الملصق الى (أعلان). فالملصق الناجح بكل أهدافه و وظائفه وأنواعه ((السياسية، والاجتماعية والثقافية . . . الخ هو الذي يتحرك ضمن أفكار واضحة، تقترب من الخبرة العامة للمشاهد ومدخراته الثقافية الشعبية منها والمعاصرة، وبمقدار مايكون قادراً على الجمع بين ميزتيه الفنية والوظيفية، يتمتع بامتيازه كوسيلة ايصال تسهم في التوعية الفكرية الى جانب تطوير الذوق الفني، ومن خلال هذه الوظيفة فإنّ الملصق المعاصر ذو ارتباط بعلم الأجتماع ونظريات الأعلام والأتصال الجماهيري والبصري))[1]

اما الإعلان• فقد عرفه الكثيرون. والإعلان وسيلة اتصال سريعة وكذا هو الملصق بيد ان الأختلاف يكمن كما أسلفنا الذكر، عن طريق الهدف والوظيفة من خلال التميز الفكري والذهني في صياغة المضمون الأتصالي سواء كان للإعلان أو الملصق. لقد تعددت الإعلانات من خلال أنواعها والتي يمكن تصنيفها حسب الهدف والوظيفة، فهناك الإعلان التجاري الذي يرتبط بمكونات السلعة والترويج لها من اجل شد المتلقي وترغيبه على شراء المنتج التجاري الذي يتحدد بشروط ضاغطة كأسم الشركة وعنوانها فضلاً عن الماركة التجارية المعتمدة لها.والإعلانات مختلفة وكثيرة فمنها الإعلانات الخاصة بالصحف والمجلات وغيرها، من الإعلانات التي تقوم بعض دور النشر بالترويج لها وطباعتها مما يسهل عملية انتشار المنتج او الدعاية المصاحبة لذلك المنتج. ولعل من بين أهم الأمور التي

---

(1) العزاوي – ضياء / مصدر سابق – ص 11

• فقد عرفه الكثيرون بأنه ((هو مجموعة التدابير التي تستهدف تكوين شهرة للسلعة ومايتبع ذلك من إقناع المستهلك بأهميتها له. ينظر: عبد الجبار منديل (الدكتور) / الاعلان بين النظرية والتطبيق – الجامعة المستنصرية – مطبعة الارشاد – بغداد 1982 – ص 19) وهو ((شكل من أشكال الأتصال المدفوع وغير الشخصي لترويج افكار أو سلع أو خدمات لحساب ممول معروف. ينظر: الوفائي – محمد (الدكتور) / الإعلان – مكتبة الانجلو المصرية – القاهرة – 1989 – ص 13) فالإعلان يقدم ((رسالة متكاملة يمكن التحكم بها وبما ان المعلن يدفع لحجز المكان (صحف، مجلات، بوسترات، ..الخ) حيث تظهر رسالته الإعلانية فهو يمتلك الحق بأن تظهر رسالته كما يختارها تماماً، وفي الوقت الذي يختاره وفي الوسيلة التي يختارها وضمن الإمكانيات المتاحة والقوانين التي تنظم العمل الإعلاني في كل بلد). ينظر: سلوم – الياس جميل / الاعلان مفهومه وتطبيقاته – دار الرضا للنشر – دمشق 2001- ص 9)، ((وكلمة الإعلان من الناحية اللغوية تعني الأشهار والتعريف وهي من ناحية العرف التجاري تعني مختلف الوسائل التي يتعرف بها الجمهور على السلع التي تبيعها المؤسسات والخدمات التي تؤديها له. فهو وسيلة أتصال أقناعية موجهة لجمهور كبير. ينظر. مقبل – محمد سعيد / مصدر سابق – ص0 44)).

يمكن من خلالها التمييز بين الملصق والإعلان هي الفكرة، ففكرة الملصق هي ليست فكرة الإعلان، ومن هنا فلابد من معرفة المفهوم الشمولي للفكرة والتي تعد ((نموذجا عقليا للأشياء الحسية، وتصوراً ذهنياً يتجاوز عالم الحس))[1]. فالفكرة عند المصمم هي غيرها عند المعماري بيد أنّ الاثنين يتشابهان في القدرة على التفكير وبناء ناتج فني معين، وقد تكون تلك الأفكار ابتكارية أو مستطرقة.

فالفكرة الفنية Artistic Idea ((وهي التي تراود الفنان وتشغل حواسه ويريد التعبير عنها بخامة وطريقة ما))[2]. اما الفكرة في فن التصميم بشكل عام، فتعد الصورة الذهنية الكامنة داخل المخيلة البشرية للمصمم، فهي أساس التصميم الناجح، كما ان الموضوع وغرضه وهدفه هي التي تحدد فكرة التصميم، وأهدافه منطقياً، وتكون فكرة الملصق مرتكزة بشكل محدد على الموضوع الذي لايحيد عنه المصمم لينشئ فكرته، مع اتسامها بالبساطة والموضوعية والقدرة على التأثير في الرأي العام والخاص بوصفها أداة اتصال جماهيري، فضلاً عن القدرة على التفاعل مع المتلقي من خلال مكونات بنيته الموضوعية والصراع والحرب النفسية وغيرها من وسائل الإقناع والتأثير على المجتمع سواء كان ذلك التأثير سياسياً او اجتماعياً او ماشاكل. فالفكرة تتصل أتصالاً مباشراً مع المضمون والمعنى والموضوع. ((فالفكرة والمعنى هما مضمون العمل الفني يتجسدان في شكل معين ينساب في وسيط تختلف بين فن وآخر))[3]. مما تقدم فإنّ فكرة الملصق تختلف عن الفكرة الإعلانية، اذ ان اهم هدف ((للفكرة الإعلانية هو الوصول بشكل مباشر وسريع الى معدة او عقل المستهلك فإنّ استخدام الأدوات لتمثيلها يعد امراً اساسياً دونما شك والجوهر الاساسي هو ماتقدمه من طرح مضموني ويجب ان لانفهم ان ذلك يقع ضمن ظروف التعقيد بل الصحيح ان من بين خصائصها المتميزة، البساطة))[4]. لذلك يتفق الباحث مع رأي الدكتور خليل الواسطي في الاصطلاح على التصميم الذي يشترك

---

(1) سعيد علوش / مصدر سابق – ص 168.

(2) الشال – عبد الغني النبوي (الدكتور) / مصطلحات في الفن والتربية الفنية – جامعة الملك سعود – الرياض – 1984 – ص 69

(3) عبد الفتاح رياض / التكوين في الفنون التشكيلية – دار النهضة العربية – القاهرة – 1973 – ص 43

(4) نصيف جاسم محمد (الدكتور) / مدخل الى التصميم الأعلاني – مصدر سابق – بغداد – 2. 1 – ص 7

في فكرته وأسلوب تنفيذه مابين الملصق والإعلان، والذي يمكن الاصطلاح عليه بالملصق الإعلاني، وقد ظهر الملصق الإعلاني لأول مرة ((في أنكلترا عام 1947م، فقد نشر هنري و وكر، إعلانا تجارياً عن مدرسة للأعمال التجارية، وهي تهدف الى أغراء التجار لأرسال أبنائهم اليها)) [1] ومن هذا المنطلق قام بعض المصممين بنشر ملصقات إعلانية تميزت بالترويج من جهة، وبالتوكيد على الهوية الوطنية، المؤسسة الفكرية، السمة القومية، وغيرها من القضايا المرتبطة بمفهوم التوكيد الموضوعي. ففي ملصق إعلاني، الشكل (29) الذي يروم فيه المصمم الترويج عن السيجار الكوبي والمعروف من خلال كلمة (هافانا) وهي عاصمة كوبا، فضلاً عن شهرة هذه المدينة في إنتاج أوراق التبغ الذي يصنع منه السيجار الكوبي الشهير عالميا لاسيما المصمم فقد عبر عن ذلك من خلال العبارات الأخرى في الملصق والتي مفادها (السيجارة ذات النوعية العالية)، من خلال العبارات هذه فضلا عن رسم يد وهي تحمل السيجار وهو في حالة زمنية آنية، وكأن المصمم أراد توكيد الحضور الزمني الآني في عملية التدخين والاستمتاع بطعم السيجار المتميز، فضلاً عن الأحساس برائحة الدخان المنبعث من السيجار المتميز برائحته. لقد أكد المصمم على ان التصميم اعلاه يمكن اعتباره ملصقاً أعلانياً ولعدة أسباب سبق شرحها بالتفصيل أعلاه. منها عدم ورود عنوان لشركة ما او علامة تجارية معينة فضلاً عن الجهة أو الدولة المعلنة، ولعل تلك المشروطيات تعد اهم محددات الإعلان. لذلك فإن الباحث يرى أنّ التصميم أعلاه يعد ملصقاً إعلانياً لأرتباطه بمبدأ الترويج والتشويق فقط. وفي ملصق إعلاني آخر يمثل ثلاث سيارات متتابعة من نوع (فيات الأيطالية)، الشكل (30)، فالوظيفة في هذا الملصق تشبه الى حد ما الوظيفة في الملصق السابق، من حيث الدعاية الإعلانية عن مضمون هذه الصناعة وتميزها، مع الارتباط بالجانب القومي و خصوصية المنتوج.

2 – مكونات الملصق:

(1) خليل أبراهيم / مصدر سابق – ص 19.

يتكون الملصق من عدة مكونات أساسية ، وقد سبقت الباحث دراسات تفصيلية عنها ، ويمكن إيجازها كما يأتي :

1 – الصورة الطباعية:

تعد الصورة الطباعية احدى العناصر التيبوغرافية المهمة في التصميم الطباعي ككل والملصق تحديدا لما لها من قوة تعبيرية تسهم في إيصال الفكرة وخلق لغة بصرية موضوعية لماهية الملصق او التصميم ككل ، ((ان ميول الإنسان للمشاهدة ومعاينة الصورة لاترجع الى عهد أكتشاف التصوير الفوتوغرافي ولكنها ترجع الى اغوار التأريخ ويمكن القول بأن الانسان يميل بطبعه الى التعبير بالصورة))[1] ، فالصورة في الملصق تكون ذات خطاب مباشر للمتلقي فضلاً عن كونها ذات تأثير في جذب او شد المتلقي من حيث الطاقة التعبيرية الكامنة للصورة ، مع ارتباطها بالخواص النفسية (السايكولوجية) والفيسيولوجية ، وهذا مايتميز به الملصق لاسيما الملصقات السياسية منها ، اما الاعلان التجاري فإن اختصاصيي الإعلان يقولون ((ان الصورة تعادل الف كلمة ، وان صور الاشخاص تجذب الانتباه اكثر مما تجذبه صور الاشياء الاخرى))[2]. فالصورة الاعلانية تختلف عن صورة الملصق في الهدف والوظيفة إذ ان صورة الملصق قد تكون رمزية ، تعبيرية ، واقعية بقدر تعلق الموضوع والفكرة بالزمكان اما صورة الاعلان فتتميز بالتشويق والاثارة وجذب النظر نحو محتوى الصورة.((وقد قسم بعض الباحثين الصور تبعا لوظيفتها وهدفها الى :

1 – الصورة السياسية : (وتشمل الصور ذات الطابع السياسي والشخصيات السياسية).

2 – الصورة العسكرية : (وتشمل الصور الخاصة بالمعارك والقوات المسلحة).

3 – الصورة الصناعية : (وتشمل صور المعامل والمصانع).

---

(1) أبراهيم أمام (الدكتور) / فن الأخراج الصحفي – مكتبة الأنجلو المصرية – القاهرة – ط 1 – 1957 – ص 33.

(2) علي – عبد الجبار محمود / التصوير الطباعي – وزارة التعليم العالي والبحث العلمي – بغداد – 198. – ص 28

4 – الصورة الزراعية : (وتتضمن صور الحقول الزراعية والآلات الزراعية).

5 – الصورة العلمية : (وهي الصور المتعلقة بعلوم الطب والكيمياء والرياضيات وغيرها).

6 – الصورة الأدبية : (وهي الصور التي ترافق الشعر وإلقاء القصائد).

7 – الصورة الفنية : (وهي الصور ذات العلاقة بالفن والموسيقى والغناء والرقص والتمثيل).

8 – الصورة التربوية والتعليمية : (وهي التي تتعلق بالجامعات والمدارس ومحو الأمية).

9 – الصورة التأريخية والجغرافية : (وتشمل كل مايتعلق بالأكتشافات التأريخية والتنقيبات الأثرية فضلا عن الخرائط الجغرافية).

1. – الصورة الاجتماعية : (وتشمل الصور المعبرة عن الأمومة والطفولة ومايختص بقضايا المرأة وغيرها).

11 – الصورة الاقتصادية : (وتشمل الصور ذات العلاقة بالمصارف والعملات وشؤون النفط).

12 – الصورة الرياضية : (وتتضمن صور اللاعبين والرياضيين والألعاب الرياضية).

13 – صورة الإنشاءات : (وهي الصور التي ترتبط بالبناء والإعمار والإسكان)))[1]

---

(1) الخفاف – مؤيد قاسم / أستخدام الصورة في الصحف العراقية – (بحث منشور) – وزارة الثقافة والأعلام – بغداد ب.ت – ص 11- 12- 13.

2 – الكتابة والرسوم:

للكتابة اثر بالغ الاهمية في تصميم الملصق، لاسيما الملصق الذي هو اداة اتصال اعلامية مهمة، لذلك يجب ان تكون الكتابة واضحة ومختصرة ومعبرة تماما عن فكرة الملصق وسهولة قراءتها حتى ولو بنظرة خاطفة وسريعة فضلاً عن ارتباط الكتابة بمحتويات الملصق الاخرى ((ان مجموعة الكلمات نفسها يمكن ان توضع بأشكال تجعلها تبدو مختلفة، فبالإمكان تكبيرها او تصغيرها كما أنّ خطوطها يمكن ان تكون خفيفة او غامقة وقد تكون أحرفها في بعض اللغات مستقيمة او مائلة كما ان الاحرف يمكن ان تبرز عن بقية الكلمات بدرجات متفاوته. وكل هذه الاساليب للتعبير البصري عنها تعدّ جزءاً من معاني الكلمة وهي تؤثر ايضاً في قراءة وفهم الكلمات))[1]. اما الرسوم والمقصود تحديداً الرسوم المختلفة التقنيات من لوحات وكاريكتير تكون ذات دلالات مرتبطة بشكل رئيس بالفكرة (فكرة الملصق) مع الاخراج التقني المختلف كالطباعة اليدوية او استخدام تقنيات الحاسبة. مما تقدم فإنّ للعناصر البنائية في التصميم اساساً في تصميم الملصق ولعل من اهم عناصر التصميم في الملصق الاساسية هو عنصر اللون، حيث يعدّ اللون أحد عناصر التصميم المهمة جدا، اذ انه بدون الألوان لن يكون هناك تصميم وتجسيد لمكوناته، والملصق كسائر التصاميم، يكون اللون من عناصر بنائه المهمة، كما يمثل اللون دلالة احياناً، فإذا كان الموضوع متعلقا بالملصق ((فيفضل عمليا استعمال الوان متكاملة أي متعارضة بقوة وشدة قوية وبيان رئيسي للقيمة الضوئية))[2] لذلك فإن اللون في الملصق لابد من ان يكون ملائما للغرض او الهدف الموجه لذا فإنّ ((الهدف الأساسي من المادة المكتوبة هو توصيل الفكرة بأكبر قدر ممكن من البساطة والوضوح الى القراء وليس الهدف جذب الانتباه الى جمال النص. والوظيفة الأساسية للكلمات والجمل هي خلق

(1) آن زمر و وفريد زمر / الصورة في عملية الاتصال – ترجمة الدكتور خليل حماش – مراجعة عبد الودود العلي – المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم - بغداد 198. ص91

(2) شيرزاد - شيرين أحسان / مبادىء في الفن والعمارة – بغداد – 1982 – ص 162

الصور العقلية))[1] عند المتلقي فالمادة المكتوبة او ((المطبوعة عنصر أساسي تيبوغرافي في بناء شكل الملصق))[2]. فقد يميل المصمم أحيانا الى التعبير عن أفكاره من خلال عبارة مكتوبة واحدة او أكثر، ويستعيض عن الرسم او الصورة. ففي ملصق أمريكي بعنوان (لا للحرب)، الشكل (31)، استطاع المصمم من الوصول الى هدفه الاتصالي من خلال كلمة (No War) ووضع كلمة الحرب داخل علامة مرورية معرفة (قف) ليشير بشكل مباشر الى التوقف على الترويج للحرب وتحطيم البشرية.

من ناحية أخرى يستخدم المصمم أيضا الرسوم الكاريكتورية كجزء مهم من الملصق أحياناً ليوكد الحدث او يركز على شخصية معينة بسخرية او لأعطائها أهمية زمكانية من حيث المبالغة الشكلية والحجمية للرسم نفسه. ويمكن تسمية الكاريكتير بالمبالغة الضاحكة Caricature حيث ((توحي الكلمة بتشويه مضحك عند إبراز خصائص سمة او سمات معينة في شخص او فكرة. والكلمة مشتقة من أصل إيطالي يشير الى حمل الأثقال او الشحن، وهي أكثر ارتباطا بفن الرسم ولكنها في الرسم والأدب معا تستخدم كوسيط لأحداث تأثير كوميدي. وفي أحيان كثيرة يكون التشويه متضخماً بحيث تكون نتيجة التهكم لا الفكاهة))[3]. كما ان الرسوم تلعب دوراً كبيراً في توكيد الزمكان من غير وجود اية كتابة أو نص، وتكون هذه الملصقات ذات قدرة عالية على التعبير وتوصيل الأفكار دون أستخدام الكتابة، هي ملصقات نادرة وذات مستوى فكري وفني عاليين لأنها تتجاوز حدود المكان والزمان من خلال مخاطبتهما لكل المجتمعات الإنسانية وتمر بأزمنة متعددة. كما أنها تتجاوز المكان وحدوده لتخاطب القيمة الإنسانية العليا في كل مكان وزمان. ففي ملصقين من تصميم الفنان الدكتور إياد الحسيني، الشكل (32) حيث جسد المصمم الزمان بكونه زمان تحدٍ وكبرياء في مقارعة الدكتاتورية والنضال من أجل

(1) الخفاف – مؤيد قاسم / أستخدام الصورة في الصحف العراقية – (بحث منشور) – وزارة الثقافة والأعلام – بغداد ب.ت – ص 11- 12- 13.

(2) خليل أبراهيم / مصدر سابق – ص 68.

(3) المصدر نفسه / ص 68.

التحرر، حيث جسّد المصمم الواقع الزمكاني من خلال الدراما في إعدام السجين السياسي الذي يسير حافي القدمين نحو مكان الإعدام والذي يقتاده السجان او الظالم بعد ان يدوس على دمه الطاهر ويغادر المكان بعد ان تلطخت الدماء بحذائه موليا بأتجاه خارج الفضاء. اما الملصق الثاني، الشكل (33) والذي يمثل اعتقال وقتل السجين السياسي الحر الذي يظل متحدياً الشر والظلم من خلال علامة النصر المعروفة عالمياً على الرغم من القيود والألم والدماء والتعذيب.فالملصق هنا شبيه باللوحة، بيد أنه ((يفكر خارج مساحته اللونية مستقلاً عن أي تأويل استبطاني، لأنه يؤلف لغته اليومية الواضحة من نسيج الأحداث، ولهذا فهو يبدو في الغالب غير معقد التركيب، كيما يكون قريباً من أفهام الجمهور))[1]

3 – العناوين:

تعد العناوين من خلال سمك حروفها وألوانها ذات دور كبير في تحقيق الهدف الاتصالي لاسيما في الملصق والزمكانية تحديدا في بحثنا، فالعنوان ((هو المادة المكتوبة التي تحتل المكان البارز والمهم بحيث يكون عامل جذب وشد للانتباه للتأثير في المتلقي أي انه سيمثل شكلا تتحدد دلالته الشكلية تبعا لموقعه في الفضاء العام))[2] في التصميم لاسيما الملصق.كما تشتمل ((المادة المكتوبة العنوان الرئيسي وما يحويه الملصق من عناوين فرعية ونصوص وشعار وكتابات اخرى، وتعد المادة المكتوبة العنصر الأكثر تعقيداً من الصور والرسوم والارقام، نظراً لعدم قابلية الرموز الكلامية للفهم والتفسير في بعض الحالات بالنسبة لبعض الناس ذلك ان من السهل تفسير أي صورة او رقم – اما الكلمات فمن المحتمل ان لا تنقل نفس الفكرة، نظراً لاختلاف مدلول بعض الكلمات وصعوبة قياس تأثير البعض الآخر))[3].

(1) الراوي – نوري / متحف الحقيقة متحف الخيال – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 1997 – ص 12.

(2) الدوري – سهاد عبد الجبار / مصدر سابق – ص 82.

(3) خليل ابراهيم / مصدر سابق – ص 68.

((ان المعالجة التيبوغرافية للعنوان كاختيار شكل الحرف وحجمه تؤثر بشكل وآخر على وضوح العنوان امام عين القارئ حتى يستطيع ان يؤدي دوره التيبوغرافي))[1] ، كما ان الخط وسمكه كعنوان رئيس في الملصق يكون أكبر من غيره من العناوين الفرعية والجانبية او الثانوية من حيث السمك والحجم وأحيانا اللون وطبيعة الأخراج الطباعي للعنوان او المادة المكتوبة في الملصق.فضلاً عن ان ((أختيار حجمه ولونه وعلاقته مع باقي الهيئات في الشكل العام لها أبلغ الأثر في شخصية الملصق وفعاليته))[2].

3 – فن الملصق في العراق:

لقد ظهرت اولى بوادر تصاميم الملصقات في العراق ، نحو عام 1939م ، حيث ظهرت الملصقات بحجوم صغيرة وكانت تختص في الترويج او الإعلان على بعض المسرحيات ، وكانت تلك الملصقات والتي اعدها طلبة معهد الفنون الجميلة ببغداد ، وبإشراف الفنان فائق حسن (1914م – 1991م). وبعد ذلك تأسست جماعة أصدقاء الفن ، حيث صمم الفنانون العديد من الملصقات ، بينما ظهر اول ملصق عراقي بالألوان للفنان جواد سليم (1921م – 1961م) ، والذي طبع بالألوان لأول مرة ، وكان الملصق يتحدث عن مطعم بولندي يعرف باسم (بولسكا) ، وبذلك فهو اول نتاج مطبوع يصممه فنان عراقي ، وبعد تطور الطباعة بتقنياتها المختلفة كالطباعة بالشاشة الحريرية (Silk Screen Printing) ، والطباعة بطريقة (الليثوغراف الملون) ، حتى عام 1958م ظهر العديد من الفنانين العراقيين منذ منتصف القرن الماضي حتى عصرنا الحالي وقد برعوا في تكوين فن الملصق وتأسيسه في العراق ، امثال عيسى حنا والدكتور خالد الجادر وكاظم حيدر وحافظ الدروبي ومظفر النواب وعلي طالب وسعد الطائي وناظم رمزي ونزار الهنداوي وغيرهم ، وقد استمر التطور في هذا الفن حتى يومنا هذا بفضل تطور الوسائل التقنية ودخول الحاسبات ببرامجياتها المتنوعة والحديثة منذ نهايات القرن العشرين حتى عام

(1) الياسري – قيس (الدكتور) وآخرون / الفنون الصحفية – وزارة التعليم العالي والبحث العلمي – كلية الآداب – بغداد 1991 – ص 146 .
(2) خليل ابراهيم / مصدر سابق – ص 68.

2003 م حيث اقيمت معارض متخصصة لهذا الفن ومن يعمل في مجاله من المصممين العراقيين والعالميين. إذ إقيمت معارض متخصصة لهذا الفن بعد تشكيل العديد من الجمعيات الفنية الجديدة ، إذ أقيم معرضاً للملصق العراقي المعاصر على قاعة الرباط عام 2003 ، الذي أقامته جمعية الفنون البصرية المعاصرة فضلاً عن طباعة ملصقات منتخبة من المعرض علقت على الجدران والساحات العامة في بغداد والمحافظات ، كما أقامت جمعية المصممين العراقية معرضاً متخصصاً لفن الملصق على قاعة كلية الفنون الجميلة عام 2003 فضلا عن قيام تجمع الفنانين التشكيليين العراقيين الى أقامة معرض متخصص للملصق السياسي أقيم على قاعة كلية الفنون الجميلة عام 2004. ومازال هناك العديد من المحاولات الجادة للاهتمام بفن الملصق لكونه فناً يخاطب الإنسانية والواقع بزمانه ومكانه وتحولاتهما.

الفصل الرابع

التقنية والاعلام وزمكانيّة الملصق

التّنوّع التّقنيّ وزمكانيّة الملصق

يساهم التنوع التقني في إظهار الصورة الفنية بطاقتها الكامنة من خلال الزمكان داخل الملصق ومن ثم التوجّه الفكري والتعبيري والوظيفي، مع الجمال النسبيّ وليس الموضوعيّ. والتنوّع التّقني ((خيارات إظهارية تتفق مع مايتواءم مع الفكرة العلمية التصميمية التي تهدف بالأساس لخلق إبداع ومصدر المتعة المرئية. وعرف كذلك بأنه الطرق والأساليب ذات الآلية المختلفة في التنفيذ من أجل تحقيق هدف معين))[1] ويرتبط التنوع التقني بصورة مباشرة بالتطور الحاصل في وسائل التقنية الإظهارية او التنفيذية، والتي تعتمد بشكل مباشر على التحولات الحاصلة في تقنيات تلك الوسائل ومواكبة آخر مستجداتها من حيث النوع والكم والحفاظ على الشكل والمضمون داخل الملصق، بما في ذلك إظهار تقني مباشر لحركة متغيرات الزمان والمكان بوصفهما متغيرين يساهمان في الكشف عن الصراع وتحديد الوظيفة من خلال الخطاب الموجه والعلاقات المتبادلة مابين العناصر التصميمية وبنية التصميم بشكل عام فضلاً عما ماتحققه تلك المتغيرات من استجابة وإدراك لدى المتلقي.

((ان من مهمّات التقنية هي تحقيق ظهور نوعي متميّز للمنجز التصميمي من شأنه ان يعزّز من فاعليَة التأثير الأتصالي للرسالة الإعلانية التصميمية))[2] فالزمان حاضر في الملصق من خلال التنوع التقني في اللون، والشكل، والملمس (الخامة)، ونوع الخامة، والقيم اللونية، وغيرها. اما المكان فهو جزء مهم آخر في التصميم، ويمكن ان يكون للتنوع التقني أثر واضح في متغيري الزمان والمكان في الملصق، وسنعرج على تلك التنوعات التقنية وأثرها في حركة الزمكان بشيء من الإيجاز وكما يأتي:

(1) النوري – عبد الجليل مطشر / مصدر سابق – ص 3- 4.

(2) المصدر نفسه – ص 100.

1 – الاختزال Reduction:

يعد الاختزال بمفهومه العام ((عملية تحليل سيميائية تكوّن جزءا من الطريقة العامة للبنية، ويقوم الاّختزال على التحويل الى طبقة وعلى مستوى لغة الوصف))[1] وقد أدخل هذا المصطلح مجال الفنون الجميلة فضلاً عن توظيفه في الفنون التطبيقية لاسيما الملصق، دخولاً من الناحية التقنية في التأثير في الشكل وملامحه بحيث يبتعد الشكل عن ملامحه الحقيقية والشكلية، بيد انه ليس تجريداً، كما يحافظ الاختزال على السمات المظهرية المميزة للشكل داخل الملصق. ويعد الاّختزال ((فعلا تصميميا يستخدمه المصمم، أذ استخدم منذ القدم حيث كانت الرسوم البدائية التي وجدت على جدران الكهوف تعبر بشكل جلي عن اختزال شكلي واضح))[2] كما ان الاّختزال ((لايتم على الشكل لذاته بل يتعدى ذلك الى الصفات المظهرية))[3].

وقد يكون أستخدام الاختزال حتميا عند المصمم و وفق ضرورة تنفيذية او اتصالية، ويكون الاختزال مجسداً لدور الزمكان من خلال الشكل، اللون، الملمس (الخامة)، والقيم الضوئية، ففي ملصق صادر عن حلف شمال الأطلسي (NATO)، الشكل (34) الذي يعود تأريخ طباعته الى عام 1983م حيث تزايد الصراع مابين المعسكرين الشرقي والغربي، وما كان يسمى بالحرب الباردة، استخدم المصمم تقنية تنفيذية مختزلة من الناحية التفصيلية لشكل الصواريخ الحربية المتطورة والمبالغة الشكلية والحجمية للصواريخ أيضا، نسبة الى حجم الأرض ليجعل من الزمن متحركاً وسريعاً من خلال اتجاه الصواريخ الأربعة العملاقة وحجمها الكبير، لتدمير الأرض، ومن خلال الخطاب الموجه في الملصق، والذي يقول (حلف شمال الأطلسي وجد لتحطيم الأرض). لقد جعل المصمم من خلال الاختزال الشكلي والمبالغة الحجمية، للصواريخ إحساساً

---

(1) سعيد علوش / مصدر سابق – ص 81.

(2) النوري – عبد الجليل مطشر / مصدر سابق – ص 11.

(3) نصيف جاسم / مدخل الى التصميم الأعلاني – مصدر سابق – ص 48.

بوجود الزمكان، فالزمان آني ومستقبلي وهو الدمار وتحطيم معاني الإنسانية، اما المكان فهو ثابت (الأرض) والتي تعني الإنسان، والوطن، والحرية والحياة والبيئة. كما ان الاختزال فعل تقني يكون من خلال اللون، الشكل (35) حيث تعمّد المصمم الى اختزال الشكل من خلال اللون للشخصيات السياسية الشهيرة في هذا الملصق، وفي ملصق آخر، الشكل (36) نلاحظ أنّ المصمم قد اختزل شكل المغنّي الى درجة كبيرة مع الحفاظ على السمات المظهرية له.

2 – التكثيف **Condensation**

يعد التكثيف فعلاً تصميمياً يقوم به المصمم من خلال عناصر الملصق الشكل، واللون، والملمس، او من خلال العناصر التيبوغرافية كالصور والكلمات والرسوم. حيث ((يتقصد المصمم أحيانا الى تقديم الفكرة بطريقة مكثفة ويقصد من خلالها التلاعب بفكر المتلقي وإدراكه))[1] ويتحقق التكثيف ((في المنطقة الفضائية الواحدة لسحب الإنتباه، وتصميم إيهام الحركة، الزمن، العمق الفضائي، التعدد الاتجاهي، المعالجات المنظورية، التتابع، التناسب، الإيهام البصري))[2] ويكون للتكثيف وقع كبير من خلال التكثيف الصوري والشكلي في فضاء الملصق، ويؤدي التكثيف كتقنية تنفيذية وإظهارية الى توكيد الزمكان والتأكيد على دوره فنياً واتصالياً. ففي ملصق أمريكي يخاطب المتلقي ((الحياة تحتاج الى راحة ذهنية ونفسية))، الشكل (37)، ان المتلقي قد يندهش من خلال الخطاب الموجه بأن الراحة النفسية والذهنية تكون بتناول الكحول والمشروبات الكحولية، وقد قام المصمم بتكثيف العديد من صور المشروبات الكحولية المختلفة في الحجم والشكل واللون والمنشأ، في معظم الفضاء الشامل للملصق، وكأن الفضاء المرئي من الملصق قد امتلأ بالقناني وانحسر بقوة الى الخارج اللامرئي. فالزمان يعني ان الحياة من وجهة نظر المصمم غنية بقررات المتاعب، حيث أستخدم المصمم مبالغة

(1) المصدر نفسه / ص 53.

(2) نصيف جاسم / مدخل الى التصميم الأعلاني – مصدر سابق - ص 52.

تعبيرية تحدد زمانية ذات تهيئات ترتبط بما يدور بذاتية المصمم نفسه من جهة، والترويج والتركيز على المشروب الكحولي كوسيلة لإراحة النفس من خلال التكثيف الشكلي والتكرار في القناني مع امتلاء الفضاء. حيث اشترك التكثيف في توكيد الزمكان من خلال التكرار والتنوع اللوني والشكلي من جهة، والمبالغة التعبيرية من خلال النص الكتابي من جهة أخرى. مما تقدم فإن هناك العديد من وسائل التنوع التقني التي تساهم في تجسيد الزمكان في الملصق، كما هي في استخدام العناصر التيبوغرافيسة كالصور والرسوم والكتابات. وقد يميل المصمم الى استخدام صورة واحدة تمتد على مساحة فضاء الملصق العام، لبيان دور الزمكان وتوكيده، من خلال اللون، والشكل، والحجم وغيرها. ففي ملصق يتحدث عن حياة العالم الكبير ألبرت أنشتاين، الشكل (38) وضع المصمم صورة كبيرة للعالم أنشتاين، ممتدة على طول الفضاء العام للملصق، وأسبغ المصمم عليها صفة القدم من خلال القيم اللونية البياض والسواد والرمادية، كدلالة زمكانية على القدم وانبعاث القديم بشكل معاصر ومنسجم مع روح العصر.

الاتصال وزمكانية الملصق:

تعد عملية الاتصال Communication من العمليات الأساسية في وظيفة الملصق وأدائه بوصفه رسالة اتصالية طباعية ذات لون وشكل فضلاً عن المضمون، يهدف المصمم من ورائها الى نشر فكرة معينة، او توصيل توجيه محدد لقضية معينة. وقد تطرقت الدراسات السابقة كثيرا لمفهوم الاتصال وتأثيراته في التصميم لاسيما الملصق. فالاتصال بمعناه الفني ((هو عملية نوعية قصدية تهدف الى إثارة استجابة نوعية عند المتلقي بغية التأثير عليه نفسياً وعقلياً وسلوكياً ومعاونته على اتخاذ موقف نوعي محدد))[1] والاتصال بمفهومه الفني هو محدد من قبل المصمم في استخدام رموزه وعناصره البنائية الفنية. وترتبط تلك العناصر البنائية بالمتغيرات الزمكانية من حيث زمن توجيه الرسالة (الملصق)، ومكان

(1) العبيدي – جبار (الدكتور) والدكتور فلاح كاظم / وسائل الأتصال الجماهيري – وزارة التعليم العالي والبحث العلمي – جامعة بغداد/ كلية الفنون الجميلة 1989 – ص 18.

الملصق (الفضاء) الذي تدور عليه أحداث الفكرة المطروحة. ان وظيفة الاتصال تكمن في إمكانية تحديد زمكانية الملصق والتي تتم من خلال إدراك الرموز وتأويلها ومعرفة دلالاتها، لذلك فإن الرمز يشكل أهمية كبيرة في توكيد زمكانية الملصق، حتى ان بعض تلك الرموز تأخذ من خلال انتشارها وتداولها سمة ذات خصوصية ثابته لاسيما في الملصق، حيث يشكل الملصق كلاً منسجماً ويثير سلسلة من الحكايات التي يقوم المتلقي يتميزها وإدراكها من مخزونه الثقافي الخاص. ان العلاقة مابين الرمز والشيء الحقيقي تتم عبر المحاكاة التي يصنعها المصمم في ملصقه ومايتولد عنها من زمكانية قد تكون مباشرة او بالعكس. وقد يلجأ المصمم الى تحديد الجوانب الاتصالية المباشرة للرمز من أجل التوكيد عليها بهيئة صورة فقط، ((ان الوحدات الأساسية التي تثيرها الصورة هي التناظر والمحاكاة والأنزياح. وان من أهم وجود الصورة الرمز في الملصق ترتبط أساساً في كون الملصق مجموعة من الحكايات المتداخلة))[1] لذلك فإن الرمز يشكل أهمية كبيرة في توكيد زمكانية الملصق، وقد تأخذ تلك الرموز خصائص متميزة وثابتة كما أسلفنا الذكر وقد تتحول الى علامات. حيث تتحول ((بعض العلامات التجارية الى رموز Icons، ولننظر الى نايكي Nike، آبل Apple آبسلوت Absolut، فولكس فاجن Volks Wagen، انها علامات تجارية ينظر اليها كل رجال التسوّق بالرهبة ويمدّها احترام زبائنها الأساسيين بالقدرة على الحفاظ على موطيء قدم راسخة في السوق لسنوات عديدة، ان بناء الرموز يتم على أساس مباديء تختلف كليا عن المبادئ التي يرتكز عليها التسوق التقليدي))[2]، ان الوظيفة الاتصالية في الإعلان مختلفة عنها في الملصق، ذلك كون الملصق وسيلة اتصالية تشترط ان يكون الرمز حركياً وقابلاً للتأثير من خلال الزمكان وتوكيد الرموز التي تؤدي الى الكشف عن القوة الزمكانية التعبيرية من خلال العملية الاتصالية التي تخاطب شريحة

---

(1) عمانويل سوشيي / الأشهار والقرصنة السياسية قراءة سيملوجية – ترجمة أدريس سعيد – علامات – العدد (7) – جدة 1997 – ص 2. . (بتصرف)

(2) هولت – دوغلاس بي / صناعة الرمز – ترجمة محمد مجد الدين باكير – الثقافة العالمية – الكويت – العدد (124) – مايو 2. 4 – ص 49.

واسعة من الجمهور والمجتمع لذلك تعد الرموز ((العمود الفقري للاتصال بالجماهير، وبدونها لايمكن للأتصال ان يحقق أغراضه، ويمتاز الإنسان بأنه الكائن الوحيد الذي يستعمل الرموز للدلالة على المعاني او التعبير عن أفكاره وعواطفه، فالرمز الذي يحمل المعنى والفكرة هو جوهر الاتصال بجميع صوره، والرموز بالمعنى الدقيق فهي التي لايكتفي فيها بمجرد الدلالة، بل يضاف اليها شحنة عاطفية من نوع معين مقصود، فالهلال مثلا رمز للأسلام، والصليب رمز للمسيحية))[1]. ان حركة الرموز داخل الملصق وتماسها مع بعضها البعض مولدة زمناً معيناً يمكن الاستدلال عنه وتحديده من خلال الحالة النفسية او العاطفية فضلاً عن المكان المحيط او أرضية العمل (الفضاء) وتحديد ذلك الفضاء او المكان سواء كان تأريخياً أو جغرافياً. كما يتمثل الرمز من خلال تجسيد بعض الشخصيات المعروفة في السياسة بوصفها رموزاً سياسية، تعزز دور الزمكان وتكون بمثابة رسالة اتصالية واضحة وسريعة التأويل من قبل المتلقي، ففي ملصق أمريكي، الشكل (39) يبدو فيه الرمز حاضرا ومؤثرا في العملية الاتصالية و وجود الزمكان في عدة علاقات سياسية ونفسية تتجسد من خلال الرمز، وقد مثل الرمز الأول شخصية الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش وهو يرتدي ملابس وحش حاملاً بيده والتي يبدو انها يد ذئب او حيوان مفترس، عصاً فولاذية او سيفاً ليعلن الأستعداد لبدء الحرب، من خلال العنوان او النص في الملصق (start war s) (لنبدأ الحرب او لنشن الحرب)، ويمكن ملاحظة ان نجوم العلم الأمريكي قد تغيرت من شكلها الخماسي الرؤوس الى السداسي الرؤوس في إشارة او رمز واضح الى إسرائيل، والنجمة السداسية او ماتسمى بنجمة داود هي رمز يهودي معروف. لقد حاول المصمم من خلال الرمز (النجمة السداسية)، والاتجاه (مركز السيادة الرئيس الأمريكي)، والشخصية السياسية المعروفة (الرمز السياسي الرئيس الأمريكي نفسه)، تحديد دور الاتصال في توكيد الفكرة وإيصالها من خلال الزمكان، لقد أراد

(1) الجابري – عطيات محمد (الدكتورة) / الرمز وسيلة الأتصال المرئية ذات المدلول في تنمية المجتمع – عالم الطباعة – المجلد الخامس – العدد (2) 1989 – ص 26.

المصمم وضع أكثر من زمان واحد في هذا الملصق، فالزمان الماضي يتمثل بالنجمة السداسية المؤلفة للعلم الأمريكي بالتصرف المبرر من المصمم، اما الزمن الحاضر فهو الترويج لشن الحرب والاستعداد لها من خلال النص، فضلاً عن أنّ الزمان المستقبل هو سيطرة الفكر الصهيوني والقرصنة الإسرائيلية على الفكر الاسلامي من خلال الرمز (النجمة السداسية)، فالإحساس بالزمان في هذا الملصق يمكن تحديده من خلال ((الحدث والفعل والحركة، وله امتدادات ثلاثة، الأول ينصرف الى الماضي، والثاني ينفرد بالحاضر، والثالث يتصل بالمستقبل، وربما يكون الحاضر أضيق هذه الامتدادات وأشدها أنحصاراً بحكم قوة الأشياء))[1]. مما تقدم فإنّ الملصق بزمانه ومكانه يعدّ رسالة اتصالية، ((وهي بمثابة مجموعة من الرموز التي تصاغ في قالب او شكل معين بحيث تعطي دلالة معينة ويخضع ذلك لقواعد فنية، وهي القواعد التي تحكم صيانة الرسالة الاتصالية وهي التأثير، والانسيابية، والوضوح، والتكوين، والجمهور، والاستراتيجيات))[2]((والرموز المصورة تلعب دوراً كبيراً في نقل هذه المعاني العامة الحيوية فهي تشدنا الى الماضي وتساعد على إعطاء الحاضر معناه وتساعد حتى في جعل المستقبل يستحق ان نبذل في سبيله جهودا مضنية. كما ان الاتصال بشكليه اللاشعوري والمقدم من خلال الوسائط البصرية يستخدم أساليب وطرقاً ووسائط مختلفة لنقل أنواع كثيرة من المعلومات وان لغة البصريات نمت بشكل مختلف باختلاف الأمكنة))[3] وكما هو معروف فإنّ العملية الاتصالية تضم عناصر أساسية وهي: -

1 – المصدر او المرسل (المصمم) وتفاعله مع المحيط ومتغيراته (الزمكان).

2 – الرسالة من خلال الزمكان الخاص بالحدث ولحظته وديمومتها، النتاج الطباعي المنجز (الملصق).

(1) حيدر عبد الرضا / مفهوم الزمن في الرواية الحديثة – مجلة الدليل – العدد (1) – بغداد – أيار 2..4 – ص 114. والصواب (ثلاثة)

(2) مقيل – محمد سعيد / مصدر سابق – ص 441.

(3) زمر – آن وفريد زمر / مصدر سابق – ص 68 – 69.

3 – وسيلة الاتصال الكيفية في نقل الرسالة (الملصق) في الصحف، والتلفزيون، والأنترنيت.

4 – المتلقي (الجمهور).

5 – الأستجابة من قبل المتلقي، ولايمكن قياسها إلا عن طريق معايير معينة كالاستبيان والمقابلات.

لاسيما الملصق بوصفه رسالة اتصالية بصرية، تكون متأثرة في الكيفية التي استنبطت بها الرموز، القيم الثقافية والعادات والأعراف، والبيئات وغيرها، وماهية تلك الرموز من خلال استنباطها في الملصق وتشكيل لغة بصرية (محاكاة) وماتنشأ عنها من علاقات يمكن الكشف عنها من خلال حركة الزمكان، لاسيما ان ((الزمن وتحولاته في المكان والافتراضات التي تجابه ذلك متصلاً بالفكرة التصميمية وحاجاتها الأساسية))[1] كما ان الملصق الناجح أتصالياً ((ليس مجرد مجموعة من الصور والرسوم والنصوص التي أمكن تنسيقها وإخراجها بشكل مناسب وإنما هو فكرة مبتكرة مبنية على دراسة أحتياجات وخصائص الوسيلة الإعلانية))[2] والاتصالية كما ان بعض الرموز تتكون من نظام ثابت ومعانٍ راسخة ودلالات زمكانية تكاد تكون موحدة وراسخة أيضا، لاسيما المصمم يستعين بها من أجل توكيد زمكانية رسالته الاتصالية (الملصق) لاسيما الملصق السياسي بوصفه ملصقاً قد يعمل بقوة وفعل الرموز العقائدية او الدينية الثابتة كالصليب والهلال مثلا، او رموز لها دلالات ثابتة ومتعارف عليها كما في النجمة السداسية في الملصق السابق. ولعل الملصق بوصفه (رسالة اتصالية) لابد من أن يضفي عليها المصمم سمات إبداعية او ابتكارية مع البساطة وسهولة التعبير الرمزي لاسيما في توجيه الملصق السياسي، لكونه يخاطب العديد من الجمهور باختلاف ثقافاتهم ودياناتهم وعقائدهم ولغاتهم، من خلال زمكانية تلك الرموز، فالمصمّم المبدع هو من يمتلك قابليات مؤثرة في

(1) نصيف جاسم / فلسفة التصميم – مصدر سابق – ص 118.

(2) خليل أبراهيم / مصدر سابق – ص 46.

توكيد المعنى والتأثير في الجمهور. ((ان القدرة والصراع الداخلي والإرادة والرغبة والحساسية والوجدان، والابتكار والتفرد، والثقافة والإلهام، وتصور و وعي و لاوعي وتخريف و وهم وتقليد تشترك فيها عملية الإبداع والابتكار في الفنون. ويستطيع المبدع ان يندمج بالعالم الخارجي ليشكل منه عالمه الداخلي بواسطة الصور والخيال والعواطف))[1].

لقد تطورت وسائل الاتصال تطوراً كبيراً في عصرنا الحديث وبدأ الملصق ينتشر أنتشاراً كبيراً وتتسع رقعة تأثيره من خلال ((تفجر المعلومات لاسيما وسائل الاتصال والذي يتحول عن طريق التوسع في شبكات العمل، مثل شبكة الاتصالات العالمية و المعلومات (الأنترنيت)، والتطور في شبكات الاتصالات العامة. لقد أصبح بالأمكان القيام بتصميم مايختص بالأستثمارات والوصول للجمهور والمستهلك والمنظمات والتنظيمات العالمية وغيرها))[2]((ان التقنيات الاتصالية والمعلوماتية هي تقنيات فنية متطورة ولها القدرة على تأويل وتفسير مايحيط بالمجتمع الذي نعيش فيه))[3]. مما تقدم فإنّ العملية الاتصالية بعناصرها الثلاثة المرسل، والرسالة، والمستقبل تتأثر تأثراً زمكانياً في تأويل الخطاب الموجه وتأثيراته في المتلقي من حيث تفعيل الرمز وزمكانية الحدث، وتتأثر الرسالة الاتصالية (الملصق) وزمكانية حدثها، آلية نجاح توجهها الذي لابد من ان يكون له صلة ببعض القضايا المهمة ومنها:

(1) – كبة – نجاح هادي (الدكتور) / تحليل عملية الأبداع الفني والعلمي – الصباح – العدد (21.) بغداد – 16 / 3 / 2.. 4 – ص 8.

(2) Robin Mansell & Roger Silverstone / Communication By Design – Oxford University Press 1996 – P. 18.

(3) التهامي – مختار (الدكتور) / الرأي العام والحرب النفسية – ج1 – دار المعارف بمصر – القاهرة ط3 1974 – ص 17.

أ – الرأي العام:

يعرف الرأي العام بأنه ((الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية او اكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش، وتمس مصالح هذه الأغلبية او قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشراً))[1]((ويرى الفيلسوف فيلاند بأن الرأي العام ليس رأي الشعب بأكمله، بل يصح ان تعتبره رأي طبقة لها الغالبية والقوة بين طبقات الشعب الأخرى) ففي الملصق السابق يمكن التركيز بشكل مباشر على ان رأي الأغلبية معارض لسياسة الرئيس الأمريكي بوش في شن الحرب ودق طبولها، وقد تكون جهة إصدار الملصق معارضة للرئيس في سياسته تجاه الحرب بزمانها ومكانها وساعة الصفر لما يروج له المصمم من خلال توكيده على ان الحرب هذه ستكون حربا لصالح اسرائيل من خلال التنبؤ بالمستقبل وماسوف يكون بعد نشوب الحرب عن طريق التغيير في نجمات العالم الأمريكي من الخماسية الرؤوس الى السداسية. وفي ملصق أمريكي آخر، الشكل (40)، والذي يبدو فيه الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش مرتدياً قبعة، وتبدو على وجهه ملامح الافتخار حاملاً بيده صحفاً ومشيراً بيده الأخرى الى باج يحمل الشعار الوطني للولايات المتحدة الأمريكية معلّقاً على صدره، بينما يوجه حديثه الى كلبه المدلل الذي يقف الى جانبه قائلا: أنظر يابوبي .. أستطيع ان أكون رئيساً بنفسي! . لقد أراد المصمم وهو جزء من الشعب الأمريكي، ان يعبر عن وجهة نظره وان يكون جزءا من الرأي العام الأمريكي والشعبي الذي يصور الرئيس الأمريكي انه ينصب نفسه بنفسه رئيساً وبدون الرجوع الى الشعب ورأيه. اما الزمكانية فقد تحكم بها الرئيس نفسه من خلال فرض حكمه بنفسه، اما المكان فأن الاستدلال عن وجوده يكون واضحاً من خلال شعار الولايات المتحدة الأمريكية التي علقها الرئيس على صدره، ان المكان والزمان أسيران عند الرئيس (مركز السيادة) بيد ان الرأي العام يدعو الى تحرير الزمكان من سيطرته، كما

(1) العبيدي – جبار / مصدر سابق – ص 154.

صور المصمم في هذا الملصق ان الرئيس لايتحدث مع الشعب بل يتحدث مع كلبه المدلل. وقد أراد المصمم التوكيد على السيطرة على الإعلام من خلال امتلاكها بسياسته وتوجيهاته. فالرأي قد يختلف في تقييم الحالة السياسية في هذا الملصق عن طريق الزمكان، ففي الملصق السابق يخضع متغيرا الزمان والمكان الى سطوة وقوة الرئيس (مركز السيادة)، والرأي العام يناشد الى تحرير الواقع الزمكاني، وقد يكون هذا الرأي رأيا سائدا عند معظم شعوب العالم. والمقصود بهذا الرأي العام ((الذي ينبغي ان يؤخذ بالاعتبار هو رأي الأغلبية، ولن يقلل من أهمية هذا الرأي وجود آراء مخالفة لبعض الفئات ذات المصالح المغايرة لمصالح الأغلبية))[1] ((ان الرأي العام هو تعبير من وجهة نظر معينة تجاه مسألة معينه جدل، نقاش قد يتبعه سلوك اما العام فهو ليس الفردي وليس الخاص وليس رأي الكل. بل الشمول الذي يضم العام والخاص والموافقة والمعارضة والحياد أيضا))[2]كما يكون الرأي العام في الرسالة الاتصالية (الملصق)، مرتبطا بالزمان والمكان وذلك من خلال التغيرات السياسية والاجتماعية وغيرها. ويمكن تقسيم الرأي العام وفقا ((لمتغيرات الزمان الى:

1 – الرأي العام اليومي: الذي يعيشه الأفراد نتيجة لعمل طارئ او حادث مفاجئ.

2 – الرأي العام المؤقت: وتمثله بعض الأحزاب والمنظمات والجماعات وهذا الرأي يزول بزوالها او بزوال آثارها.

3 – الرأي العام الكلي: ويشمل الرأي العام المستمر والاجتماعي الدائم او الثابت ويشارك فيه الجميع))[3] كما في الملصق السابق. ((وتكون الرموز هي الأكثر تأثيرا في صياغة الرأي العام والتي هي بعيدة عن الواقع))[4].

(1) التهامي – مختار / مصدر سابق – ص 17.

(2) العبيدي – جبار / مصدر سابق – ص 157.

(3) المصدر نفسه / ص 158.

(4) أبو أصبع – صالح (الدكتور) / الأتصال والأعلام في المجتمعات المعاصرة – دار آرام للدرسات والنشر – عمان 1995 – ص 187.

ب – الحرب النفسية:

لقد عرف العديد من الباحثين مصطلح الحرب النفسية بأنها ((استخدام مخطط من جانب دولة او مجموعة دول للدعاية وغيرها من الإجراءات الأعلامية التي تستهدف جماعات معادية او محايدة او صديقة للتأثير في آرائها وعواطفها وسلوكها، بطريقة تساعد على تحقيق سياسة الدولة او الدول المستخدمة لها وأهدافها))[1] والحرب النفسية ((هي الدعاية التي تنشط أثناء الحروب وتستهدف إضعاف الروح المعنوية عند الخصم وتحقيق الدعم والتأييد لها عند شعبها او عند الشعوب المحايدة او الصديقة. ويرى براون Brown ان الهدف من الحرب النفسية يتمثل بالأهداف التي تسعى إليها أية حرب أخرى وهي :

1 – تحريك وتوجيه الكراهية عند العدو وتحطيم معنوياته.
2 – إقناع الجمهور بعدالة القضية التي يحاربون من أجلها وتقوية روحهم القتالية.
3 – تنمية روح الصداقة مع المحايدين وتقوية القناعة لديهم بالأنتصار.
4 – تنمية وتقوية الصداقة التي يمكن ان تؤديها))[2].

ويمكن تقسيم الحرب النفسية ((استنادا الى عامل الزمن:

1 – الحرب القصيرة : وهي الحرب التي تقوم استنادا الى عوامل قيامها ومسار عملياتها – في فترة زمنية قصيرة قد تكون أياما او أسابيع.
2 – الحرب الطويلة : الاستراتيجية وهي الحرب التي لها جذور تأريخية طويلة وتستمر لسنوات عديدة))[3] مما تقدم في تعريف مفهوم الحرب النفسية العام والاصطلاحي ، وفق وسائل الاتصال والإعلام ، وان مفهوم الحرب النفسية يبدو واضحاً في تصميم الملصق لاسيما الملصق السياسي ، اما الزمكانية فهي تختلف في متغيراتها الموجهة من خلال فكرة التصميم. فالزمان ملك المصمم

(1) التهامي – مختار / مصدر سابق – ص 1. 2. والصواب (في)

(2) أبو أصبع – صالح / مصدر سابق – ص 179.

(3) موسى زناد / الحرب النفسية – مكتبة الفكر العربي للنشر والتوزيع – بغداد 1984 – ص 9.

ومقدرته على تحريكه بما يراه من خلال الموضوع الموجه وكذا هو المكان، فالزمكان مرتبط أرتباطاً وثيقاً برؤية المصمم من خلال الفكرة، والتعبير، والوظيفة لاسيما الملصق السياسي بوصفه أخطر الملصقات في قوة الخطاب مع الجمهور، وأكثر ملامسة للواقع المحيط من قضايا ومتغيرات سياسية.

ففي ملصق أمريكي سياسي، الشكل (41)، وقد صدر هذا الملصق قبل شن الحرب على العراق بأشهر، والذي يعارض فيه المصمم مبدأ شن الحرب موضحا ذلك من خلال رسالته (الملصق)، مما جعل من الموضوع حربا نفسية واضحة النتائج المستقبلية، والفكرة في هذا الملصق هي ان الجندي الأمريكي الذي يبدو وهو ساقط على الأرض (ميتا) أنه يعلن عن موته قبل الحرب، وهذا لايمكن من الناحية الواقعية، إلا انها صرخة أستنكار وطلب ثأر ليعلن بسخرية واستهجان انه مات من اجل إعادة انتخاب الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش من خلال الخطاب الذي يطرح تساؤلا ((مالذي قدمته او فعلته لقائدنا العظيم؟)) وهذا يدل على انه يجب ان لاتكون مغفلا وتنخدع مثلي (الجندي الميت)، لأنني سوف أموت (زمان مستقبلي)، من أجل اعادة انتخاب الرئيس ثانية. ان الصراع النفسي الزمكاني يدور في محور الحرب النفسية التي يعارض بها المصمم شن الحرب من اجل المصالح الشخصية وإثارة التردد والخوف في صفوف القوات المسلحة والعدول عن شن الحرب لأنها خاسرة. فضلا عن التأثير في رأي الشعب الأمريكي في المشاركة في الحرب. لقد جسّد المصمّم الحرب النفسية من خلال هذا الملصق عن طريق ثلاثة أزمنة:

زمن ماضٍ ((موت الجندي)).

زمن حاضر ((لغة الخطاب الحالية)).

زمن مستقبلي ((ماهو مطلوب منك (الجندي) ان تقدمه لقائدك بوش، (القتل والرفض)؟)). لذلك فإن خط الزمن ((ينتقل من الماضي الى الحاضر ومن الحاضر الى

الماضي وهكذا))[1] أذ إنّ الحرب النفسية مرتبطة بتتابع الزمن، ماضي فحاضر ومستقبل من خلال لغة الخطاب الموجه في الملصق بشكل شامل. لذلك يرى الباحث ان المصمم هو الوحيد القادر على توجيه الحرب النفسية في ملصقه وتحكمه بالزمان والمكان خدمة للموضوع والتعبير والوظيفة الاتصالية الموجهة لما تحمله من صراعات نفسية ودرامية لها وقع على تغير فكرة الرأي العام حول قضية معينة تثير الجدل السياسي لاسيما الملصق السياسي بوصفه أداة اتصال مهمة في المجتمع.

العولمة وزمكانية الملصق:

يعد مصطلح العولمة Globalization من المصطلحات المعاصرة التي لامست مختلف نواحي الفكر والحياة والفن بما فيها الملصق بوصفه جزءاً من عملية الاتصال الحديثة والجماهيرية التي تخاطب مجتمعاً كاملاً. والعولمة ((بمفهومها المثالي هي أية متغيرات جديدة تنشأ في أقليم ما في العالم سرعان ماتنتقل الى أقاليم العالم الأخرى منشئة نوعا من الأعتماد المتبادل بينهما))[2] وهي ((إكساب الشئ طابع العالمية وبخاصة جعل نطاقه وتطبيقه عالميا. وكذلك يستخدم البعض مصطلح International التي تعني التدويل او العالمية للتعبير عن هذا المفهوم))[3] ولسنا بصدد دراسة متخصصة للعولمة مفهوما، بيد ان مايعنينا بشكل مهم هو دور العولمة في التأثير في الثقافة العالمية التي يعد الملصق أحدى صورها ووسائلها الاتصالية، ((ان فكرة عولمة الثقافة هي من أبرز وجوه العولمة فهي تعني صياغة مكون ثقافي عالمي وتقديمه أنموذجاً ثقافياً وتعميم فهمه ومعاييره على كل العالم في ظل نظام دولي جديد يخضع للهيمنة الأمريكية. ان العولمة الثقافية ماهي الا هيمنة للثقافة

(1) السامرائي – علي عبد الرزاق حمود (الدكتور) / الزمن في الحكاية الأطارية – مجلة الآداب – العدد (63) – كلية الآداب / جامعة بغداد 2..2 – ص 276.

(2) البحري – منى يونس (الدكتورة) / تأريخ العولمة الثقافية في ثقافة الأمة العربية من وجهة نظر التدريس الجامعي – مجلة الآداب – كلية الآداب / جامعة بغداد – العدد (6.)

بغداد 2..2 – ص 114.

(3) العولمة المفهوم والنشأة / مجموعة من الباحثين – مجلة الدليل – العدد (1) – بغداد أيار 2..4 – ص 8.

والقيم الأمريكية من خلال نظم الاّتصال الحديثة))[1] ومنها الملصق، الذي بدأت التقنيات واللمسات الأمريكية واضحة في تكويناته البنيوية وكيفية تفعيل رموزه وفق متغيرات الزمان والمكان والمعلومات والأفكار ((وتعني العولمة في ماتعنيه زيادة معدلات انتقال المعلومات والأفكار والأنماط والسلوك الإنساني والقيم وزيادة أنفتاح المجتمعات بعضها على البعض الآخر، وتعني أيضا زيادة الاّتصال والتأثر والاّنتقال مابين كل العناصر القابلة للانتقال))[2].

لقد أثرت العولمة من خلال مفاهيمها وتوسعها في عصرنا الحديث في بنائية الملصق لاسيما الملصق السياسي فضلاً عن تأثيراتها من خلال الزمكان ايضا. كما يؤكد البعض ((على ضرورة فهم العولمة على انها أمركة Americanization العالم حيث تختفي الحدود الفاصلة بين المفهومين فهما مترادفان يعبران عن الشئ نفسه اذ يذهب هانز بيتر مارتين وهارالدشومان الى أنّ العولمة والى حد ما أمركة العالم))[3] لقد تأثر الملصق العالمي بصورة عامة بالتوجهات الأمريكية والغربية على سائر الثقافات التي تعد منهلاً فكرياً معرفياً يعطي اهمية في تشكيل الملصق لاسيما الملصق العراقي والعربي والشرق أوسطي، فضلا عن التداخل مابين الأفكار الشرقية والغربية، وحوار الحضارات، وتبادل المعرفة مع الاّحتفاظ بالهوية والخصوصية، بيد ان الزمكانية تكون مختلفة في التعبير والوظيفة، وقد ترتبط احيانا بالتنوع التقني والفني الأظهاري او التنفيذي للتصميم، والتوكيد على الحدث من خلال الرأي العام والحرب النفسية فضلاً عن قوته التعبيرية والوظيفية التي شرحناها سابقا. ان التغيرات في الآيديولوجيات التي تستمر بالتحول في عصرنا الحديث، تتناسب طردياً مع التحولات السياسية وتغيرات بنية المجتمع وتطوره، تساهم بدورها في تخلخل او تهلهل الزمكان الذي ينعكس بتغيراته ومفاهيمه الحديثة والقديمة مع الهوية والخصوصية

---

(1) البحري – منى يونس / مصدر سابق – ص 115.

(2) العولمة المفهوّم والنشأة / مصدر سابق – ص 15.

(3) المصدر نفسه / ص 9.

الوطنية ، على تصميم الملصق المعاصر ، فكلما تطور الفكر تغير الزمكان او تحول عن شاكلته او هيأته السابقة ، تعبيرياً و وظيفياً ، ويتأثر ذلك التحول والتغير في توجه وفعل العولمة. ((ان تهلهل المفكرين العرب في التوجهات إزاء الزمان (الماضي والحاضر و المستقبل) تهلهل في الزمان ، اما التهلهل في المكان هو ما طرأ في الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي من ارتفاع الحواجز قطرية في وجه انتقال أدوات الفكر والثقافة أزاء ماعرفته العصور السابقة قديمها وحديثها من حرية انتقال للمثقفين والإنتاج الثقافي))(1) فالتهلهل مرادف الى جانب التحول العام للثقافة العالمية المعاصرة ، وتوجهاتها المعولمة ، ومؤثراتها الزمكانية في الثقافة الشرقية ومنها الملصق الشرقي المعاصر ، مع التوكيد على السمات الوطنية وترسيخ الهوية في التعبير الزمكاني في الملصق المعاصر مع عولمة الشكل من خلال التنوع التقني احيانا. ففي ملصق أمريكي ، الشكل (42) الذي يبدو فيه رجل يرتدي العلم الأمريكي يقوم بحقن جسمه بالبترول بعد ان كف ردنيه ، وهو يقف من وراء صفوف من السيارات وتعلو رأسه العديد من الطائرات في اتجاهين متعاكسين ، بينما يقول هذا الرجل (مركز السيادة) من خلال النص ((كفي أردانك يا أمريكا..)) ، ان عولمة الأقتصاد المفتوح الذي تقوده الولايات المتحدة ، والسعي الى امتلاك النفط في العالم لتزيد الأرباح لشركات الولايات المتحدة. ان الزمكان يشير الى ان هناك انتقالاً من الخصوصية الى العمومية ، كما ان الذات لاوجود لها وأمريكا هي العالم والتي تعتمد على الاقتصاد المفتوح والمعبرة عن السياسة الأمريكة الحالية.

مما تقدم ومن خلال الدراسة التفصيلية لمفاهيم الزمان والمكان وتاثيراتها المباشرة وغير المباشرة على الملصق ندرج اهم المؤشرات التي يمكن الوقوف عليها وكما ياتي :

1 – الزمان في الفلسفة يعني الحركة من خلال محددات المكان.

2 – الزمان الوجودي هو الزمان الذاتي او الزمان الخاص بالوجدان المرتبط والمصاحب للانفعال ، وهو الزمان المعبر عنه من خلال بنية الملصق المعاصر.

(1) سامي سويدان / مصدر سابق – ص 173.

3 – ان ثلاثية الزمان (الماضي، الحاضر، المستقبل) لايمكن قياسها والاستدلال عنها مالم تدرس عناصر الملصق البنائية من خلال العلاقات.

4 – الدلالة الزمانية من خلال الرموز، هدف من أهداف المصمم ولايمكن ان تفسر زمانياً الا من خلال المحاكاة.

5 – التكرار الشكلي والمبالغة الحجمية والشكلية فضلاً عن المبالغة الموضوعية تؤكد الحضور الزمكاني في الملصق.

6 – الغرائبية تجرد الحضور الزماني أحيانا وتركز على الحضور المكاني لاسيما في الملصق.

7 – يمكن قياس الزمان في الملصق من حيث الرموز المستنبطة فيه من خلال المعايير النفسية والتأريخية و دلالات اللون، وتأثيراتها في بنية الملصق المعاصر.

8 – ان تحديد الزمكان في الملصق المعاصر يساهم في الكشف عن العلاقات المتبادلة مابين الشكل والمضمون.

9 – للون دور أساسي في تحديد الزمكان في الملصق من حيث الدلالة والرمز.

10 – تندمج العلاقات مابين الزمان والمكان في الملصق لتكشف المكان نفسه وتؤول الزمان بما يجعل منهما تعبيرين عن الفكرة والهدف والوظيفة المرجوة من هذا الملصق او ذاك.

11 – يقاس التأريخ ويتحدد مكانيا من خلال الرمز المجسم المرئي داخل الملصق، اما الزمان فهو ما ارتبط بذلك الرمز وعلاقاته مع ماحوله من رموز داخل الفضاء التصميمي.

12 – الزمان المفتوح في الملصق يجعل من الفكرة والوظيفة تدخلاً في اللامحدودية، اما المكان الشامل فهو المكان الذي تجتمع فيه الأحداث الزمانية والمكانية.

13 – التأريخ هو المكان والزمان، والمصمم هو من يستطيع ان يؤكد الحضور التأريخي والتراثي في الملصق من خلال العلاقة الزمكانية.

14 – المكان قد يكون خزيناً فكرياً وتأريخياً عند المصمم، اما الزمان فهو خزين الذكريات وماتحتويه الذكريات من خصوصية وعمومية.

15 – ان تنبؤ المصمم في الفكرة هو افتراض زمكاني للظاهرة او الواقعة، والتي يترجمها واقعيا الى عناصر ومضامين هادفة ومؤثرة لاسيما في الملصق السياسي الذي يمتاز بالصراع السياسي والتعبوي والعقائدي.

16 – الزمكانية مختلفة في الملصق عن ما هي في الإعلان، بيد انها تشترك في الملصق الإعلاني.

17 – العناصر التيبوغرافية في الملصق، تدلل على تنوع الزمكان من حيث الحجم والشكل والكتابات والتعدد الصوري وأنواع وأغراض وأهداف الصور.

18 – التنوع التقني يركز ويؤكد الحضور الزمكاني في الشكل والحجم واستخدام العناصر التيبوغرافية وتنوعها.

19 – الرمز يؤدي الى الأفصاح عن الصراع الزمكاني في عملية الأتصال.

2. – يؤدي الزمكان دوراً مهماً في الملصق بوصفه رسالة اتصالية من حيث الرموز وعلاقاتها مع بعضها، سياسياً وأجتماعياً وتعبوياً وغيرها.

21 – يساهم الزمكان في ابراز الرأي العام وتدعيم أهدافه لاسيما في الملصق السياسي، وكذا هي في الحرب النفسية.

22 – يتحكم المصمم بمتغيّريْ الزمان والمكان في توجيه رسالته (الملصق) كحرب نفسية.

23 – تؤدي العولمة الثقافية دوراً كبيراً في تغيير وتخلخل الزمكان في الفكرة والتعبير والوظيفة، لأنها ترتبط بالقصدية الفكرية الغربية المؤثرة في الفن والفكر ومنها الملصق.

24 – العولمة تساهم في التحكم بالزمان ولاتتحكم بالمكان ألا من خلال التجريد والاختزال.

الفصل الخامس

الزمكانية في الملصق العالمي المعاصر



الملصق (1)

الوصف العام:

يتكون الملصق من رسوم عدة تمثل الجنود الأمريكيين وهم في حالة هجوم واستعداد للقتال، والطائرات وأجواء الحرب من خلال العلاقات مابين الطائرات والجندي وهي علاقة موضوعية زمكانية تمثل زمن حدوث الحرب والاستعداد لها من خلال حركة الجنود وتوجههم نحو القتال، فقد استطاع المصمم من خلال الرسوم والنصوص التأكيد على الحضور الزمكاني من خلال البعد الزماني في الرسوم، كما ان النصوص جاءت مجسدة لأمر زمكاني ضاغط يأمر الجنود بشن الحرب (Attack Attack IRAQ) ((هاجموا.. هاجموا)) (Another war will surely pull us out of recession) (فإن حرباً أخرى بالتأكيد ستسحبنا الى اللاعودة). وبحرف أصغر من كلمة (العراق) وهي بحرف أكبر وكأن هناك زماناً يثيره الصخب والصوت المدوي، فالنصوص والرسوم في هذا الملصق تقترن بفعل الزمان من خلال الحدث السياسي من جهة والتعبوي العسكري من جهة أخرى، وأهداف الحرب الاستراتيجية والاقتصادية. ولعل المصمم قد جعل من خلال

الرسوم والنصوص سرداً مكانياً يروي زمان متنوع الحالات في مكان الحدث (أرض المعركة) وهي افتراضيا (العراق)، لذلك جعل من خلال المشهد وحركته الزمكانية سرداً روائياً لمشهد درامي وصراع نفسي يحاكي الجنود من جهة والسياسة المستقبلية من جهة أخرى، وهي سياسات الولايات المتحدة الجديدة. فجمالية الزمان والمكان في تداخل مفهومي ((الدرامية – الصراعية المشهدية في اللجوء الى الصور المعبرة عن هذه الدرامية والمجسمة لحالاتها في فضاء من التصورات يتآلف مع معطيات هذه الحالات والشروط المكانية للأستعراض المشهدي))[1] الذي جسده المصمم في هذا الملصق. ومن خلال عبارة (العراق) أراد المصمم ان يجسد المكان ويمثله بأنه الميدان الذي تتصارع عليه الأحداث.كما ان المحاكاة مابين النصوص والرسوم تعرض نوعاً من الأحساس الافتراضي ضمن متغيرات الزمان والمكان والتي لها القابلية على ان تكبّر او تصغّر بأختلاف تنوّع الحدث الزّمكاني او حسب قصدية المصمم وهو ماجسّده في هذا الملصق، وما عبّر عنه النص بأن الزمان مجهول و لا متناهٍ في تعبيره باللاعودة.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

تتوجه فكرة الملصق نحو التركيز على نوعين من الزمان، (زمان آني) في إشارة واضحة من خلال الترويج والاستعداد لشن الحرب لاسيما من خلال الحركة التي يقوم بها الجنود الأمريكان (مركز السيادة)، وهم يتأهبون للقتال ويركضون باتجاه ساحة المعركة. اما الزمان المستقبلي الذي جسده المصمم من خلال مضمون النص الذي يصف هذه الحرب والتي سوف تحدث وتقودها الولايات المتحدة الأمريكية بأنها طريق اللاعودة، أي ان الحكم على هذه الحرب بأنها خاسرة، وستكلف البلاد مزيداً من الخسائر بالأرواح والمعدات.

(1) سامي سويدان / مصدر سابق – ص 173.

ثانيا : العناصر التصميمية :

تتسم العناصر التصميمية بارتباطها بفاعلية متغيّريْ الزمان والمكان ، فالفضاء يتسم بالانفتاح والاتساع المكاني الى الخارج (ساحة المعركة) مع تتابع زماني مستمر من خلال حركة الأشكال والألوان التي تمثل مفردات التكوين الفني للملصق. فزمان الفضاء هو زمان الحرب زمان مخيف.. زمان مضطرب.. لاتعرف عواقبه لاسيما ان هذا الملصق قد صدر قبل شهر من أندلاع الحرب بشكلها الواقعي الحقيقي ، وذلك من خلال اللاعودة في نص الملصق ، فالزمان يتحول من خلال التحولات الشكلية واللونية في فضاء الملصق ، حيث الجو اللوني المصحوب بضبابية الحرب وما يصحبه من الآلام وحرب نفسية قاسية قد تؤدي الى زعزعة الثقة بالنفس وبالتالي التأثير السلبي على المعنويات التي لابد من ان يتمتع بها الجندي. فالحرب النفسية واضحة في هذا الملصق الصادر قبل شن الحرب على العراق. كما ان الزمان يأخذ أتجاهاً واحداً تبعا لما تقوده مفردات الملصق الشكلية. كما جعل المصمم من خلال أحاطة النص أسفل الملصق بمستطيل أسود ليجعل من الموضوع أكثر أنتباها وجذبا للنظر فضلاً عن توكيده للزمكان. كما ان للضوء تجسيداً زمكانياً دراميا للصراع النفسي والحرب النفسية التي تواجه الجنود وهم يتقدمون نحو القتال.

كما ان اللون يوحي بزمان الحرب والموت فضلا عن تميز الألوان بأنسجامها لتوحي بزمن الحرب وزمن القتال مع التعبير الحقيقي عن الرأي العام الأمريكي بخاصة ، عن تصوراته الزمكانية عن هذه الحرب وما سوف يكون بعد انتهائها وما سوف تؤدي به تلك الحرب لو شنت ، وقد أجاب المصمم عن تلك الأسئلة في انسجام الألوان وحركة الأشكال ليجعل منها حرباً نفسية واضحة تثير المتلقي الأمريكي تحديداً وهذا ماوصفه برغسون في عده الزمان ((مادة الحياة السايكولوجية نفسها))[1]. فاللون معيار يعكس التأثير الزمكاني من قبل المصمم وارتباطه بحياته الاجتماعية ومرجعياته وبيئته.

(1) كاريل - ألبكس / الأنسان ذلك المجهول - تعريب شفيق أسعد فريد - مؤسسة المعارف - بيروت 1974 - ص 19..

ثالثا: الأسس التصميمية.

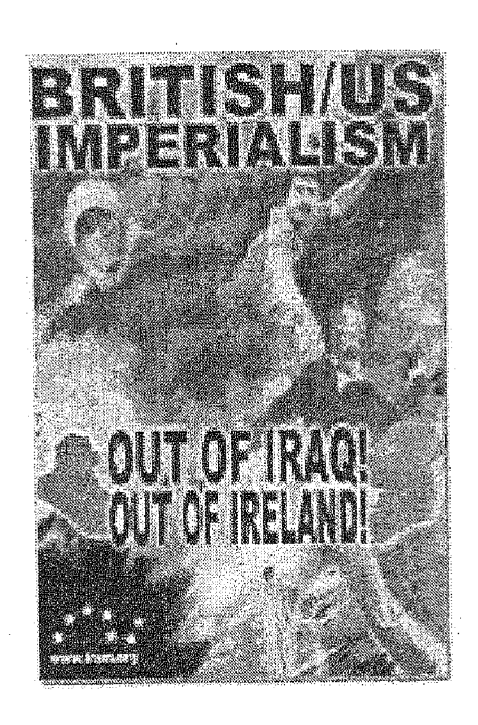
هناك وحدة في اللون و وحدة في الفكرة. كما جعل المصمم في الجنود مركزاً سيادياً لما تحققه حركتهم من عزم حركي زمني في التوجه الى الحرب وخوض غمارها، التي تساندها جميع وسائل القتال الحديثة بما فيها الطائرات التي تبدو من خلال تدرجاتها الحجمية وتكراها وتتابعها من داخل الفضاء استمرارية الى خارج الفضاء لتجعل من اتجاه الحركة إحساسا باتساع الفضاء مع المنظور والعمق وإضفاء الواقعية الزمكانية، وقد ادى التكرار الحاصل لحركة الطائرات وتدرجها وإيقاعها المتناغم الى الإحساس بالحركة الكامنة فضلاً عن إيهام الصوت وكأن المتلقي يسمع أصوات الطائرات وحركة الدروع وانتقال الجنود وأصوات الإطلاقات وغيرها كالبانا‌راما مثلا. وقد برز التنوّع في الوحدة من خلال التنوع في الخطوط والحركة والأتجاه وتنوّع قليل في اللون يقوّي الموضوع.

رابعا: الخصوصية:

جسّد المصمم الخصوصية العقائدية في رفض السياسات الخاطئة وإثارة الرأي العام العالمي والأمريكي على وجه الخصوص، من خلال الحرب النفسية وما تجنيه الشعوب من حروب خاسرة نتائجها الدمار والفناء.

خامسا: الوظائفية:

تميزت وظائفية الملصق بأنها وظائفية مباشرة تحريضية تدعو الى استهجان التوجه الى الحرب و رفضها و عدم الإيمان بها تهدف الى تغير السياسات والتأثير في الرأي العام العالمي والخاص من خلال التصورات الزمكانية لتطور الحدث معبراً عنها بالرسوم والنصوص.فالوظائفية سياسية تعبوية يعبر عنها المصمم لاسيما في الملصق السياسي والتعبوي.



الملصق (2)

الوصف العام:

يتكون الملصق في شكله العام من عدد من الأشخاص أحدهم يرمي الحصى بيده والآخر ذو ملامح عربية وتبدو خريطتا العراق وإيرلندا في أسفل الملصق، وقد وضع المصمم نصاً يقول فيه ((BRITISH / US Imperialism – out of IRAQ!، out of IRELAND!)) ((الأمبريالية البريطانية الأمريكية.. اخرجوا من العراق! .. أخرجوا من إيرلندا!)). وقد تضمنت مجموعة الرسوم التي مجموعة من الرسوم تمثل أشخاصاً وهم يقومون بمقاومة الاحتلال، هو زمانٌ آني يقوم به المقاومون ضد محتلّيهم من خلال حركة هؤلاء الأشخاص وتتداخل الشخص الشرقي مع الشخص الغربي وارتباطهما معا في إرساء مبدأ الحرية وتحرير البلاد من المحتل. كما ان رسوم الخرائط (العراق وإيرلندا) جعلت من المكان أكثر توكيدا للفكرة والآيديولوجية السياسية المتوخاة منها فضلاً عن النصوص التي دلّلت على الحالة النفسية، والفكرة الموضوعية من خلال ربط مكانين بزمان واحد هو زمان التجدّد والحرية ومحاربة المثل والخلاص منه. وقد جعل المصمم من خلال النص أمرا يحاكي الزمان في الدعوة الى تحرير العراق وتحرير إيرلندا.

التحليل الفني:

أولا: فكرة الملصق:

تتمحور فكرة الملصق في تسليط الضوء على معاناة العالم من وراء السياسات البريطانية والأمريكية الجديدة، في تأسيس النظام الدولي الجديد. وتتوجه الفكرة في تقارب زمانين لمكانين مختلفين مع تشابه الزمان لكلا المكانين، فالزمان هو زمان الاحتلال وغياب حقوق الأنسان وعدم تطبيق الحريات، بيد ان المكان مختلف فأحد هذه الأمكنة يمثل العراق شرق العالم، وإيرلندا غرب العالم، وهو مايشير الى حركات الكفاح والمقاومة المشروعة لأبناء البلدين من أجل تحرير أراضيهما من الاحتلال البريطاني لإيرلندا والأمريكي البريطاني للعراق. وهذا ما دعا المصمم الى الجمع مابين الرجل الغربي والرجل الشرقي ضمن زمان افتراضي غير حقيقي ومكان شامل تجمعت فيه الأمكنة من خلال الترميز اليها بالخارطة السياسية لكل دولة (العراق وايرلندا). فالزمان يتشابه من حيث النضال والحرية والمبدأوالمكان مختلف جغرافياً من حيث الموقع.

ثانيا: العناصر التصميمية:

تميز الفضاء بالاتساع مع الإحساس بالضيق من تداخل الأشخاص مع بعضهم البعض من اجل توكيد الحضور الزمكاني للحدث وفعله كما ان الاتجاه قد تميز بالتنوع، فهناك اتجاه الى جهة معينة تتعاكس مع اتجاه آخر من حيث الشكل غير انها ترتبط موضوعياً في توكيد زمن الحرية والنضال والدفاع عن الوطن. كما ان ابعاد الحجوم متباينة، ومتناسبة وتخدم موضوعية الفكرة المطروحة. وقد قام المصمم بتوكيد الحضور المكاني من حيث اللون البرتقالي الذي شكل هيئة خارطتي العراق وإيرلندا. كما لعب التضاد اللوني مابين الأخضر الذي شغل معظم فضاء الملصق مع اللون البرتقالي الذي جسدته (خريطتا العراق وأيرلندا) دوراً كبيراً في تحديد الشكل وإبراز المكان لاسيما الهدف الموضوعي من وراء التصميم.

ثالثا : الأسس التصميمية :

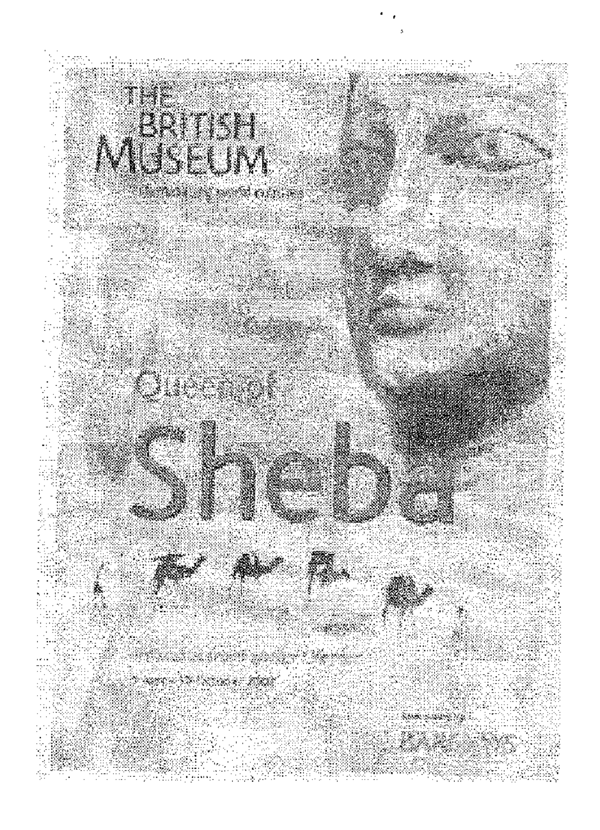
ان التناسب مابين الأشكال الآدمية والنصوص ساهما في بناء وحدة تصميمية متكاملة موضوعياً وفنياً. اما مركز السيادة فقد تجسّد في النص الذي وضعه المصمم مابين الخارطتين والذي يدعو الى تحرير العراق وإيرلندا ، وهو زمكان خطابي مهم وسيادي في الملصق من حيث التأثير في المتلقي وجذب انتباهه.كما ان الوحدة تتميز بالتنوع من حيث الاتجاه والحركة واللون فضلاً عن الفكرة والموضوع.

رابعا : الخصوصية :

تنوعت الخصوصية بتنوع المكان وثبات الزمان من الناحية العقائدية والثورية وحقوق الدول في الاستقلال ، وقد قام المصمم بجمع مفرداته قصدياً من اجل التوجه الى الفكرة وإثبات حقيقة موضوعها.

خامسا : الوظائفية :

تميزت الوظائفية بأنها وسيلة اتصال مهمة في الكشف عن الواقع الحقيقي للصراع الحالي في العالم والذي ينعكس في رؤية المصمم في حركة التحرر والنضال في العراق الذي تحتله القوات البريطانية والأمريكية فضلاً عن الموضوع ذاته في إيرلندا التي تحتلها القوات البريطانية. فوظائفية الملصق سياسية تحريضية مقارنة باختلاف المكان وتشابه الزمان.



الملصق (3)

الوصف العام:

يشتمل تصميم هذا الملصق على جزء من تمثال لأمراة من مملكة سبأ والتي حكمت أرض اليمن. وهذا التمثال جزء من بلاطة تعود الى القرن الأول قبل الميلاد. وتقوم هذه المرأة برفع أحدى يديها في حركة شبيهة بحركات التعبد، او أداء بعض الطقوس الدينية في سبأ. ((وقد نشأت المجتمعات المدنية في أرجاء اليمن شتى حتى عصر الملك سبأ بن يشجب نحو 3500 ق.م، أذ وحّدها في مملكة واحدة سميت سبأ))[1] وقد أطلق بعض الباحثين

(1) سعيد – هند أحسان علي / الشكل والمضمون في الشعارات في الفنون التطبيقية العربية الأسلامية من القرن (7- 9 الهجري) – (13- 15 الميلادي) – رسالة ماجستير غير منشورة.

على هذا التمثال المستنبط في هذا الملصق ((بآلهة القمر))[1]، وقد قام المصمم باستنباط هذا التمثال كما وضع صورة تمثل قافلة عربية (حيث كان العرب يستخدمون الجمال لنقل تجارتهم عبر الصحراءقديما). وقد وضع المصمم نصا ((Queen of Sheba)) ((ملكة سبأ)). ويرمز بها الى بلقيس ملكة سبأ. وهذا الملصق صادر عن المتحف البريطاني في لندن. و يتكون الملصق من رسوم توزعت في تمثال (آلهة القمر) كمركز سيادي وقافلة عربية تسير في الصحراء بلونها المنسجم مع التمثال (مركز السيادة)، كما ربط المصمم مابين الرسوم والنصوص التي ترمز الى ملكة سبأ لاسيما ان هذا الملصق قد صمم لتعلقة ببلقيس ملكة سبأ. لقد قام المصمم بالجمع مابين الماضي والحاضر والمستقبل في هذا الملصق وهذا يجيب عن تساؤل لأحد الفلاسفة الهنود (كرشنامورتي) حيث يوجه تساؤلا : هل الإدراك في الحاضر ينفي كلا من الماضي والمستقبل معا؟ هذا ما أجاب عنه المصمم في هذا الملصق، وذلك من خلال إقامة علاقة حوارية ومحاكاة مابين الرسوم والنصوص، فالرسوم تمثل الزمكان المرئي والإيحائي المحسوس بالماضي والتراث والتاريخ القديم، اما الزمكان المعاصر فهو الآن الواقعي في التعامل مع مضمون هذا الملصق في تسليط الضوء على بلقيس ملكة سبأ من خلال مكونات الملصق من رسوم ونصوص. فالآن في هذا الملصق هو الماضي والحاضر معا لاسيما ان الآن هو محتوى ومضمون أحداث الماضي وتطورات الحاضر وآفاق المستقبل، ((وليس ثمة حدود فاصلة بين الماضي والحاضر والمستقبل وما الأحداث في حد ذاتها إلا كائنة في الزمكان))[2].

(1) ينظر – العلوان – فاروق محمود الدين / التجريد في فنون العرب قبل الأسلام – رسالة ماجستير غير منشورة – كلية الفنون الجميلة / جانعة بغداد – 1997 – لوح 14.

(2) الصديقي – عبد اللطيف / مصدر سابق – ص 121.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

ترتبط الفكرة بزمكان البيئة العربية والخصوصية العربية القديمة، ومرجعياتها التاريخية والدينية المرتبطة بأرض اليمن ومملكة سبأ تحديداً. فالزمان يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالمعتقد وبالتمثال نفسه عند غير المسلمين لما يحمله من دلالات تأريخية وحضارية مهمة. ان الشكل من خلال الرمز الأثري هذا (آلهة القمر) يمثل طابعاً مكانياً مشخصاً وعميقاً في دلالاته، فالرمز في هذا الملصق يمكن تسميته بالرمز الحي والذي ((يرتبط بالحيوانات والبشر والنبات فقط كرمز ميثولوجي))[1]. أو أن يجرّد الوجه البشري من معظم حدوده لتبقى العيون فقط، لقد حاول المصمم من خلال تجليات البيئة والتأريخ ان يرصد العلاقة الجدلية مابين الزمان والبيئة، والبيئة والمعتقد القديم من خلال الرمز التراثي (التمثال) والبيئة الصحراوية (المكان) وهي من مميزات المكان القديم (الجزيرة العربية لاسيما ارض اليمن)، فضلاً عن النص (ملكة سبأ). فنحن ((نصمم ونعمل بكل ماضينا بما في ذلك الميل الأصلي لروحنا. . اننا تأريخ وطول هذا التاريخ يعبر عن غنى حياتنا))[2]اليومية وراسخ زمكانياً في مخيلة وذهنية المصمم و أخيرا ليجعل من هذا الرمز والواقع الزمكاني ما يعبر عن روح العصر بحداثوية وتصميم معاصر.

ثانيا : العناصر التصميمية :

يحمل الشكل من خلال الرمز التراثي (مركز السيادة)، دلالة ومعنى يجعل من التاريخ حدثاً متألقاً ومتجدداً زمكانياً، من خلال التنوع مابين الزمان بماضيه وحاضره ومستقبله وماتحمله من معان تساهم في بناء التصميم وتفعيل الخطاب المستقبلي نحو التركيز على الزمان المعاصر وتألق التاريخ ورموزه من خلاله. كما ان اللون بدوره جسد المكان من خلال قوة البيئة ومكوناتها الجغرافية والخصوصية ذات الهوية العربية مما جعل من تداخل

(1) دميرحي – مؤيد سعيد / مصدر سابق – ص 81.

(2) كاريل – أليكس / مصدر سابق – ص 19..

الأشكال والألوان وحدة زمكانية تؤكد الحدث وتروج الفكرة.

اما الفضاء فقد تميز بالاتساع الى الخارج وكأن الملصق ببعديه هو تأطير للفضاء المقتطع من فضاء واسع زمكانيا وغير متناهٍ. فالمكان هو الفضاء المرئي في الملصق (الصحراء العربية)، (القافلة العربية)، (الرمز التراثي السائد).

فالمكان هنا يعد ((وعاءً فكرياً يلعب دوراً فاعلاً في تشكيل الذاكرة الجماعية للمنتمين اليها))[1] وهم العرب وتأريخهم القديم، من خلال الملصق. كما ان القيم اللونية جسدت الزمكانية في الترميز الى البيئة العربية ومكوناتها كما ذكرنا سابقا.

ثالثا: الأسس التصميمية:

يلعب الرمز التراثي او التاريخي (آلهة القمر) مركز السيادة دوراً زمكانياً قوياً في بنية التصميم من خلال دلالاته التاريخية وكبر حجمه مما يجعل التاثير كبيرا على المتلقي، كما ان التكرار في حركة الجمال ساعد على ابراز مكونات البيئة العربية وتقاليدها، والوحدة التصميمة في مكونات الملصق جعلت من الموضوع أهمية زمكانية لما تحمله من العديد من الرموز الحضارية من تاريخ ودلالات سامية. كما ان مركز السيادة (الآلهة) قد حقق دوراً كبيراً في جذب المتلقي الى مكونات الملصق ومضمونه الفكري والإعلامي.وقد تنوعت الوحدة في اللون والحركة والموضوع او المضمون الفكري.

رابعا: الخصوصية:

جسدت (الآلهة) مركز السيادة فضلاً عن علاقتها بالصحراء (البيئة العربية)، وتراثها وحياتها اليومية قديما (خصوصية في الزمان والمكان) وهو زمان لتراث وتاريخ العرب عموما واليمن خصوصا.

خامسا: الوظائفية:

عدت الزمكانية في هذا الملصق بأنها مؤكدة لحركة ودور التراث والتاريخ في إسباغ القيمة الوطنية والسمة الحضارية للأمصار العربية قديما وبشكل معاصر وبتقنيات تنفيذية متطورة، اعلامياً ودعائياً وثقافياً تتلاءم مع وظيفة الملصق السياحي والثقافي.

(1) ميدان – أيمن محمد (الدكتور) / تجليات الزمان والمكان في القصة العمانية القصيرة (مقاربة أولى) – موقع سعيد بنكراد – من الأنترنيت.



الملصق (4)

الوصف العام:

يتكون هذا الملصق من يد حمراء تحجب النظر عن الكتاب، وقد وضع المصمم نصاً في أعلى الملصق ((من راقب الكتاب مات هماً)). وهذا الملصق صادر عن دار الريس للكتاب ضمن ملصقات الدار التي شاركت في معرض القاهرة للكتاب في الأول من شباط عام 2003 في القاهرة. لقد تعمد المصمم الى تجسيد الزمان والكشف عن حركته من خلال الرسوم (اليد والكتاب)، حيث يدعو الى التوقف والتفكير والتأمل في المعنى والدلالات المطروحة. كما تقصد المصمم في وضع الكتاب خلف اليد لجذب البصر وشد المتلقي نحو المضمون او الموضوع أولا. من خلال متغير الزمان وهو مراقبة النشر وحرية النشر وطرح الأفكار ومناقشتها. كما عكس المصمم دور الزمان وتغيراته من خلال النص، حيث اكد للمتلقي بما لايقبل الشك الرؤية الحقيقية لحرية الفكر والنشر لاسيما الكتاب بوصفه أعلى

وأسمى رسالة إنسانية لما تحمله صفحاته من موضوعات متنوعة ترتبط بالتطور والرقي الإنساني.

اما المكان فقد أكد عليه المصمم من خلال عنوان الدار (دار رياض الريس للنشر والتوزيع) ومكانها لبنان ، كما جعل من الشعار الخاص بالدار وسيلة اتصالية مكانية متميزة لما تحمله من دلالة ترتبط وأهداف تلك الدار وتوجهاتها الفكرية والثقافية.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

تتوجه فكرة الملصق الى موضوع حرية النشر وإبداء الآراء والمناقشات في مختلف القضايا سواء كانت الاجتماعية والسياسية والثقافية والدينية ، وقد توجه المصمم الى بناء زمان حر يتمتع باستقلاليته من خلال طرح وتبادل الأفكار لاسيما الرأي والرأي المعاكس والاراء الحرة والتحاور معها من خلال الحرية الفكرية والثقافية الرصينة. وقد عانت الدول العربية بخاصة من تسلط أنظمتها الحاكمة على الأفكار والثقافات والتي ترفضها الدول المتقدمة والديمقراطية. وقد قام المصمم بوضع يد حمراء تحمي الكتاب وتحمي الفكر الحر حتى لو كلفها التضحيات ، من اجل نشر الأفكار وتداولها بين المثقفين بعد ما صودرت الحريات.وهناك زمانان في هذا الملصق وكما يأتي :

1 – الزمان الأول هو زمان الموت ، حيث بعد الكتاب مادة الحياة ، فكر الأنسان الحر المدون ، وهو متطور بتطور وتحول الزمان ، وتكون فيه القيم الإنسانية ثابتة وصريحة وصادقة إذا كان حراً ولايجب حجب الكتاب عن الجماهير ، ومن يساهم في حجبه فقد مات هما.

2 – الزمان الثاني هو زمان الهم والصراع مابين الديكتاتورية والفكر الحر الذي يحمله الكتاب.

اما المكان فقد أخذ معنى شمولياً وليس محدداً ، فالزمان حر كما ان المكان حرّ ايضاً ، وليس محدداً بحدود سياسية او جغرافية او اجتماعية او حتى دينية ، بل انه مستمر

ومتدفق ومتطور يتناسب طرديا مع حركة وتحولات الزمان، وهذا ماترجمه مصمم هذا الملصق.

ثانيا: العناصر التصميمية:

لعِب اللون لما يحمله من دلالات معينة وآثار مباشرة على المتلقي بمختلف مناشئه وقومياته وتوجهاته من حيث تغيرات الزمان والمكان. فقد وضع المصمم اليد باللون الأحمر مع النص، واللون الأحمر هو زمان، زمان التدفق، زمان التوقف، زمان الحرب، زمان النار، زمان الحيوية، وهو لون يشد النظر وله تأثير فسيولوجي مهم على عين المتلقي فضلاً عن تأثيراته في مزاج الأنسان (المتلقي) وحالته السايكولوجية. لقد تقصد المصمم في وضع اليد مع الكتاب لتشكل مركز السيادة في الملصق، وقد وضع تلك اليد باللون الأحمر ليوجه رسالة عبر النص الأحمر ايضا تدلل على وجود زمان متدفق بالعواطف الثائرة والقوة المبدأية لحرية الفكر، وليجعل من الموضوع أكثر أهمية ويعطي انفعالا من خلال ردود الأفعال وإحساس المتلقي به. كما ان المصمم أراد من خلال اللون إضافة جو من السخونة يصحبها زمان منفعل وهائج بمبدأية. كما شكل اللون الأصفر في اتساعه الى خارج الفضاء وكأنه مستمر، يشكل بدوره حركة تثير الأعصاب، كما ان بعض علماء النفس يستعملونه لعلاج الحالات العصبية ايضا. لجأ المصمم من خلال الألوان الحارة او الدافئة (الأحمر والأصفر)، في الملصق لمحاكاة زمان الانفعال عند المتلقي وإحساسه بالمعنى والهدف ليولد لديه صورة شكلية ذهنية يراد التوقف عندها وتأملها وأخيرا إدراكها. لقد ولد اللون عدة أزمنة في هذا الملصق من خلال تشكيلاته بوصفه عنصراً أساسيا من عناصر التصميم لاسيما بنية الملصق. حيث أثبت المصمم تغيرات الزمان وتحولاته ومعانيه (الهم، الموت، ومراقبة الحريات، والتحرر من السيطرة على الفكر وغيرها)، من خلال اللون والتي تعد ألوانا موضوعية ((أي التي تمثل مواضيع معينةSubjective colours وهي الألوان التي يختارها الفنان بدرجات مختلفة يضعها معبراً عن موضوع معين دون اللجوء الى الطبيعة حرفياً وهو مايسمى بالإبداع اللوني الخارج عن حيز الألوان الطبيعية))[1] فضلاً عن أنّ شكل اليد توحي بأمر الوقوف (قف) بلونها الأحمر، أي ان هناك زماناً يدعو الى التوقف والانتباه، مما يجعل من الاتجاه في طريق مسدود. كما ان التضاد اللوني مابين الأصفر والأزرق من جهة، والأحمر والأزرق من

(1) فرج عبو / علم عناصر الفن ج I – وزارة التعليم العالي والبحث العلمي – جامعة بغداد – دار دولفين للنشر – ميلانو 1983 – ص 115

جهة أخرى جعل من التصميم أكثر حصراً وتحديداً للموضوع وتعريفا بالهدف من خلال زمانية الحوار مابين الكتاب واليد مع الفضاء المحيط بهما فضلاً عن النصوص. وقد يكون المصمم قد تعمد الى جعل بعض مساحات الفضاء صفراء ليوحي باليابسة (المكان) والمساحات الزرقاء هي المياه، أي ان الكتاب ينتقل بأفكاره من مكان الى مكان بحرية تخترق قيود الزمان وتتقدم بخطى واثقة لما يمتلكه الكتاب من معرفة وثقافة لاتتقيد بالزمان والمكان.

ثالثا: الأسس التصميمية:

اتسم مركز السيادة (اليد والكتاب) بتوكيد زمانية دور الكتاب ومايحمله من أفكار ومضامين فكرية تنمي العقل وتدعو الى توعية الإنسان من خلال كبر حجم مركز السيادة وشغلها مساحة كبيرة ضمن الفضاء الممتد إيهامياً الى خارج ابعاد الفضاء المرئي لتجعل من الموضوع أكثر حركة واتساعاً يسير جنبا الى جنب مع حركة التطور الفكري والثقافي الذي يشهده العالم الحر اليوم. كما ان الوحدة تميزت بالتنوع من خلال الموضوع والفكرة فضلاً عن اللون والحركة والاتجاه. كما ان التوازن متحقق من خلال الموضوع وتوزيع المساحات اللونية في فضاء الملصق.

خامسا: الخصوصية:

جسد الزمان خصوصية الكتاب بوصفه سجلاً ثقافياً مهماً ولمخاطبته العالم أجمع والعالم العربي تحديدا في رفع القيود على الفكر الحر من خلال الكتاب و حرية النشر والتوزيع.

سادسا: الوظائفية:

عدت الوظائفية في هذا الملصق، وظائفية إعلامية مهمة تخاطب الشعوب العربية في السماح للفكر الحر بالتداول بين شعوب الدول العربية بدون مصادرة الحريات وحجب النشر لهذا الكتاب او ذاك على الرغم من تطورات الزمان والمكان من خلال العوامل السياسية والأجتماعية والأقتصادية وغيرها. ويتنوع الزمان والمكان بما يتلاءم مع وظيفة الملصق السياسي المتصل بحرية الثقافة.



الملصق (5)

الوصف العام:

يتكون الملصق في وصفه العام من رسوم تمثل فدائياً فلسطينياً وفي رقبته (قفل) وهو ينظر الى الجدار العازل الذي شيدته الكيان الصهيوني مابين الضفتين الغربية والشرقية، وهذا الملصق واحد من مجموعة من الملصقات العربية التي تندد بجدار الفصل العنصري في فلسطين، وبمناسبة اليوم الوطني والدولي ضد الجدار الذي صادف في التاسع من تشرين الثاني عام 2003م، وقد علقت هذه الملصقات على الجدار. وقد وضع المصمم نصا في الملصق ((أوقفوا جدار الفصل العنصري)). وقد عبر المصمم عن الجدار (جدار الفصل العنصري) والذي يعطي إيحاءً بزمان المنع والاستبداد والقهر والظلم لاسيما انه يمثل الاحتلال الصهيوني لأرض فلسطين، ومنع الفلسطينين من الكفاح في سبيل التحرر وإعادة سيادتهم حتى ولو أبرمت إسرائيل وفلسطين معاهدات مشتركة فلن يكن لها تأثير في الجدار وحالته الزمانية الآنية. كما جعل المصمم من خلال الرسوم علاقة زمكانية مابين الفدائي الذي يقيده زمان لحظة بناء الجدار، في مكان الأحداث والصراع وهي أرض

فلسطين، لاسيما الضفة الغربية التي يقوم الكيان الصهيوني بعزلها عن باقي أراضي فلسطين الأخرى. كما قام المصمم من خلال النص التعبير عن زمان ومكان الحدث من خلال لغة الخطاب وهي أمر على كل حر ومناضل في التنديد في استمرار بناء هذا الجدار العنصري وإيقافه. لقد قام المصمم من خلال العلاقة مابين تشكيلات الرسوم من جهة والنص من جهة أخرى في توكيد زمكانية الحدث في الملصق ((فالتشكيلات لاتستند الى الزمان والمكان إلا بمقدار العلاقة التي يقيمها مع المتخيل او مع اللاواقع))[1]. فاللاواقع ليس القضاء على المقاومة الشعبية، بل ان الواقع زمان النضال الشعبي وزمان الثورة التي لن يستطيع العدو ان يمنعها إلا في تصوراته الباطنية، وهي لا واقع بالنسبة لزمان الثورة والانتفاضة، بيد انه يعد واقعا بالنسبة لزمان الفدائي الفلسطيني الذي تقيده سلاسل وأغلال العدو.

التحليل الفني:

أولا: فكرة الملصق:

تتمحور فكرة الملصق في إدانة بناء الجدار العنصري العازل، الذي بدأ الكيان الصهيوني ببنائه منذ أواسط عام 2001 م لغرض محاربة الانتفاضة الفلسطينية في كفاحها المسلح من اجل التحرر والأستقلال وقد جعل المصمم في هذا الملصق إشارة واضحة الى زمن القيود والاحتلال وذلك من خلال (الجدار)، كما وضعت القيود والأغلال المقفلة على رقبة الفدائي والمناضل الفلسطيني والذي يمكن تميزه من خلال ملابسه القتالية المعروفة، وهو ينظر الى الجدار بمحاكاة زمكانية يصحبها انفعال وحالة من الصراع النفسي في كسر القيود واستمرار النضال من اجل تحرير الأرض من مغتصبيها. كما ان المصمم أراد إثبات زمان التحدي وزمان الكبرياء وزمان الغضب في مكان الحدث وهي أرض فلسطين

(1) زهير صاحب (الدكتور) / الصورة التكعيبية في الفنون السومرية – مجلة دجلة – العدد (4) – تموز 2. . 4 – ص 32.

ثانيا : العناصر التصميمية :

تميزت العناصر التصميمية بتحقيقها للزمكانية من حيث الأشكال، الفدائي، الجدار، القفل، كما ان اللون قد جسد الزمان والمكان من خلال التنوع اللوني، فاللون الأخضر هو امتداد لزمان الخير والخصب، والنماء والمكان (الوطن) وفلسطين تحديدا. فالأخضر في فضاء الملصق يعبر عن زمان الأمل، زمان الخصوبة، والمكان (الوطن). وقد وضعه المصمم ليكون سائداً ومستمراً مابعد حدود الجدار إيهامياً. كما وضع المصمم جواً يسوده الغموض من خلال القيمة السوداء، التي تقصد المصمم بوضعها خلف الجدار لتوحي بزمان الحزن والخطيئة والظلام والاحتلال. كما أدى التضاد اللوني مابين الأحمر والأخضر الى توكيد زمان الصراع مابين حصار القيود والاحتلال من جهة، وتحرير الأرض (الوطن). وقد ربط المصمم الاحتلال من خلال القفل الذي يقيد الفدائي (مركز السيادة) ويمنعه عن الحركة ويقوض مسيرة النضال الذي يخوضه الشعب العربي الفلسطيني ضد الاحتلال.

كما ربط المصمم زمان القيود والاحتلال في القفل الأحمر مع زمان الخطاب الموجه في الدعوة الى وقف هذا الجدار من خلال اللون أيضاً. اما الاتجاه فقد عبر عن زمان التحدي والمواجهة من خلال اتجاه شكل الفدائي (مركز السيادة) نحو الجدار للإشارة الى زمان مستقبلي يدعو الى تهديم ووقف هذا الجدار العنصري ومهاجمة الاحتلال وتحرير الأرض.

رابعا : الأسس التصميمية

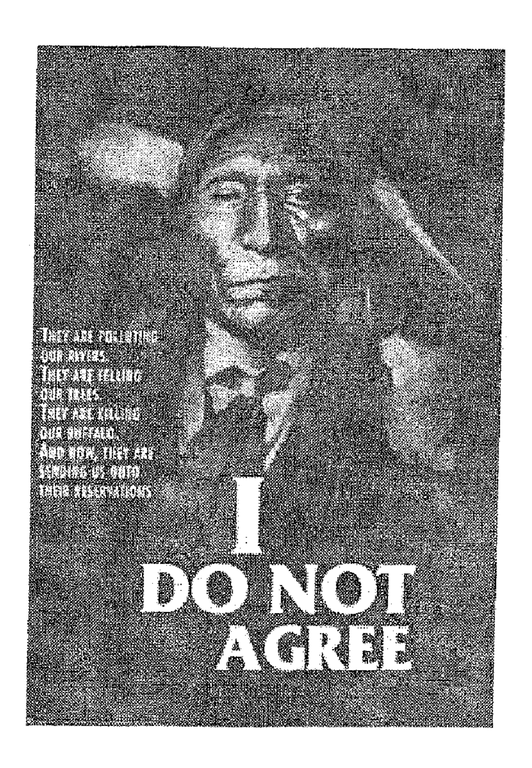
جسّد المصمم مركز السيادة من خلال الفدائي الفلسطيني وملابسه المعروفة، وهو يجابه الاحتلال والحصار من اجل الاستقلال. حيث نجح المصمم في التعبير عن الوحدة وتنوعها من حيث العلاقة الجدلية مابين الاحتلال والتحرير، والقيود والحرية، وبذلك فقد جعل المصمم من تنوع الوحدة مركزاً زمكانياً مهماً وجذاباً للمضمون والفكرة والحدث.

خامسا : الخصوصية

جسّد المصمم الخصوصية في هذا الملصق من خلال شخصية الفدائي الفلسطيني (مركز السيادة) في خصوصية ملابسه وهيئته العامة.

سادسا : الوظائفية

تمثلت الوظائفية بإدراكيتها المباشرة بكونها تخاطب الرأي العام العالمي في الدعوة الى شجب بناء واستمرار هذا الجدار العنصري، الذي أدانته محكمة العدل الدولية والأمم المتحدة مؤخرا (العام 2004م). وبذلك فالزمان والمكان يتوجهان بمخاطبة الرأي العام العالمي في وقف هذا الجدار من خلال لغة الخطاب الموجه في هذا الملصق السياسي.



الملصق (6)

الوصف العام:

الملصق في شكله العام من صورة تمثل أحد الهنود الحمر وهم سكان أمريكا الأصليون، وممتدا على كامل فضاء الملصق، وقد وضع المصمم نصاً بحروف كبيرة ((أرفض)) ((I Do Not Agree)). وقد وضع المصمم على الجانب الأيسر من الصورة نصوصاً بحروف صغيرة وكما يأتي:

هم من لوث أنهارنا. . هم من قطعوا أشجارنا.. هم من قتلو ثورنا العظيم.. والآن سوف يرسلوننا لخدمة الأحتياط..

They are polluting our rivers..
They are felling our trees..
They are killing our Buffulo. . and now they are sending us onto their reservtio…

ويتكون الملصق من صورة ونصوص، مثلت الصورة (الهندي الأحمر) مركز السيادة، الذي ربطه المصمم مع لغة الخطاب الموجه من خلال النص، في زمان آني رافض وفي حالة صراع نفسي (سايكولوجي). فزمانية الصورة ترتبط بالتاريخ بوصفه زمناً تأويلاً

جديداً للحالة النفسية وصورة الصراع، وهو فرض زمكاني ضاغط وقاسي ومتسلط من قبل الحكومة الأمريكية في إجبار هؤلاء المواطنين المضطهدين على خدمة الاحتياط وغزو العالم، بعد ما أبعدت السياسة الأمريكية عن الهنود الحمر انتماءهم وزمكانهم الحقيقي وشرعيتهم المكانية، ومواطنتهم في مكانهم الشامل الحقيقي (أمريكا). ارتبطت زمانية الصورة (مركز السيادة) بالنصوص التي تعبر عن حركية الزمان في الماضي، وحركته في الحاضر، ورفض هذا الحاضر وتصوراته الزمكانية المستقبلية، في سوق هؤلاء الناس الى خدمة السياسة الخارجية التوسعية للولايات المتحدة. كما ان مركز السيادة (الهندي الأحمر) يحقق استرجاعاً زمكانياً للذاكرة او استدعاء الحدث الماضي بزمانه ومكانه، لذلك فإن إدراك المتلقي للزمان في الصورة في حقيقته يرجع الى التأثيرات النفسية (السايكولوجية) بمرجعياتها السياسية الماضية المسترجعة من خلال الذاكرة (ذاكرة المصمم)وصراعه مع الحدث وإيمانه المطلق بزمكانية القضية، ومايتركه الحدث من مؤثر زمكاني راسخ في ذهنيته، كما ان توظيفه الاضاءة من خلال الظل والضوء المسلط على الشخصية (مركز السيادة)، ((يدعم المكان ويعمق الإحساس بأنواعه وعناصره وكذلك يظهر البعد النفسي للشخصية في تعاملها مع المكان، فإنها فضلاً عن ذلك يمكن تحميلها بالدلالات والرموز والإيحاءات المرتبطة بالبناء الدرامي))[1] لذلك فإن المصمم قد قام من خلال مكونات الملصق كصورة ونصوص من استثمار حركية الزمان والمكان وأثرهما في تطور الحدث واكتسابه بعداً درامياً من حيث الصراع النفسي وإرساء فكرة تحدي الزمان والتغلب عليه ورفض فكرة الخضوع والسيطرة على الإرادة الحرة.

(1) طاهر عبد مسلم / مصدر سابق – ص 7..

التحليل الفني:

أولا: فكرة الملصق:

يحوي هذا الملصق ثلاثة أزمنة مع توكيد مكاني واضح، هو الولايات المتحدة الأمريكية (امريكا الشمالية)، التي استوطنها الهنود الحمر، فزمان ماضي يتعلق بالصراع التاريخي مابين القادمين او المحتلين لأمريكا الشمالية والذين جاؤوا من بريطانيا، وقاموا بالقضاء على سكانها الأصليين (الهنود الحمر)، وزمان مستقبلي في ما أثر به التاريخ في الوضع الحالي في السياسة المعاصرة وما ولدته صراعات الماضي من متغيرات سياسية وآيديولوجية وفكرية وتاريخية. وقد تمثل الزمان بتجسيده زمان العصيان والرفض لما تنتهجه السياسة الأمريكية المعاصرة من فرض إرادتها، على الرغم من أحتلالها بالقوة وقضائها على سكانها الأصليين (الهنود الحمر).

ثانيا: العناصر التصميمية:

أخذ الشكل من خلال مركز السيادة (الهندي الأحمر)، قوة حركية زمانية من خلال المحاكاة المباشرة بتأثيراتها الضوئية واللونية من ظل وضوء، والتي تساهم في تجسيد المحاكاة مابين الماضي والحاضر والمستقبل. اما الاتجاه فيمثل حواراً مباشراً للشخصية المضطهدة (الهندي الأحمر) والواقعة تحت ضغط وتسلط زمكاني نفسي قاسي، مباشر في توجيه الفكرة الى المتلقي وبدون وسيط مادي أو موضوعي، إلا من خلال النصوص فقط. وقد تميزت الألوان بتعبيرها زمكانيا عن الظلامية والطغيان ومحاولة السيطرة على الحريات.

رابعا: الأسس التصميمية:

جسّد مركز السيادة (الرجل الهندي الأحمر) قوة وجود الزمان والمكان معاً من خلال الصراع النفسي والمشهد الدرامي. فضلاً عن تجسيد دور التاريخ الماضي للولايات المتحدة. كما ان العلاقة واضحة مابين مركز السيادة والنصوص من خلال إيقاع المعنى

وحركته وتطوره وتوكيده للحدث ومستقبلياته.

كما ان الوحدة تميزت بتجسيدها للزمكان من خلال تنوعها موضوعياً من خلال الفكرة نفسها ومن خلال تنوع عناصر الملصق.

خامسا : الخصوصية :

جسّد مركز السيادة (الرجل الهندي الأحمر) خصوصية زمكانية من خلال التاريخ ، فالهنود الحمر هم سكان أمريكا الأصليون من جهة ، والتوكيد على حضور متغيرات زمكان البيئة القديمة من أشجار وعادات وتقاليد دينية وطقوسية ، قام الأمريكان بالقضاء عليها وأخيرا عكس المصمم صورة واضحة لخصوصية البيئة الأمريكية القديمة وصورتها على شكل صراع درامي ومحاكاة التاريخ زمكانيا.

سادسا : الوظائفية :

تتوجه الوظائفية بإدراك مباشر وفعال لحركة التاريخ وتجذره من خلال النصوص والصورة (مركز السيادة) ، وتوجيه رسالة واضحة بالرفض والعصيان للخدمة في الجيش الأمريكي و الاعتداء على الدول بعد ما صودرت حقوق الهنود الحمر وسلبت قوميتهم وخصوصيتهم وهويّتهم. فوظيفة هذا الملصق سياسية بحتة وتعد مباشرة في توجهاتها ودلالاتها.



الملصق (7)

الوصف العام:

يمثل الما صق في شكله العام مجموعة من الفتيات الصغيرات وهن يجتمعن مع بعضهن في خيمة جميلة، حيث تقوم إحداهن بالعزف على آلة العود، وتطير فوقهم الحمائم البيض، وقد وضع المصمم نصاً في أعلى الملصق، يمثل جزءاً من قصيدة الشاعر العراقي الكبير بدر شاكر السياب، يقول فيها:

الشمس أجمل في بلادي من سواها والظلام..

حتى الظلام هناك أجمل...

فهو يحتضن العراق..

و قد استخدم المصمم الرسوم والنصوص لإبراز هدف و وظيفة الملصق، حيث

جسد برسوم الفتيات وإحداهن تعزف على آلة العود، زمكانية حدوث الفعل وتطوره واستمراره، مع التنوع الوظيفي للأشكال المرسومة، كما عبر المصمم عن الزمان والمكان معاً من خلال النص الذي سبق التطرق الى معانيه اعلاه.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق:

تتضمن فكرة الملصق التركيز على التقاليد العربية من خلال الملابس التي ترتديها الفتيات، فضلا عن آلة العود وهي آلة شرقية معروفة، كما ان هناك تركيزاً على النص وما يحتويه من دلالة زمكانية مؤثرة، وهي من قصائد الشاعر العراقي الراحل بدر شاكر السياب، والذي يحاكي فيها الشاعر زمكانه الذاتي في محاكاة الوطن، من خلال الشوق والحنين والذكرى، وهي جميعاً تعد زماناً متنوعاً في التأثر والتأثير، والوطن الذي يبعد عنه وهو راقد ومريض وبعيد عنه (المكان) الوطن، العراق. لقد جعل المصمم من المكان دلالة ثابتة وهو العراق، الذي جسده المصمم من خلال تكبير حجم الحرف والعبارات النصية، كما وضع المصمم عددا من الحمائم وهي تنتشر مابين فضاءات الملصق، فالحمامة رمز للسلام ورمز للحرية ورمز للأمان والحب (وجميعها أزمنة متنوعة). فالزمان في هذا الملصق متنوع وكما يأتي:

1 – زمان الحرية.

2 – زمان السلام.

3 – زمان الحياة.

4 – زمان الحنين.

5 – زمان التاريخ.

6 – زمان الموت والبعد والفرقة.

بيد أنّ المكان راسخ وثابت ومحدود وهو العراق.

ثانيا : العناصر التصميمية

تميزت الألوان في الملصق بتنوعها من حيث الدرجات اللونية ، لاسيما في مجموعة الفتيات مع التدرجات اللونية التي تجعل من الفضاء أكثر بهجة واتساعاً الى الخارج ، مع التأكيد على زمكانية النص من خلال القيم السود ، فالشمس زمان والظلام زمان وهو تعبير وتصوير لمشاعر ذاتية تتعلق بزمان الحنين والشوق الى الوطن والبعد عنه ، وهو العراق ، المكان الذي تدور حوله الأحداث وتتوجه اليه حمائم السلام والحرية والأمل (الزمان المستقبلي). اما الأشكال فقد تميزت بالتشابه الأسلوبي ، وهو أسلوب المصمم او نسقه التنفيذي او الإظهاري الذي يميزه عن باقي المصممين الآخرين. مع اختزال شكلي لهيئة الفتيات واختزال بعض الملامح في وجوههن من اجل إضفاء توكيد زمكاني لهذه الأشكال وعلاقاتها مع بعضها البعض. كما ان هناك أحساسا بالملمس ولصق بعض التفاصيل الأخرى التي تضفي على الشكل تجسماً وعمقاً يقترب من الحقيقة ، وقد يكون أسلوباً متبعاً من قبل المصمم في جميع أعماله الفنية. كما ان الزمكان من حيث الحركة يتميز بحضوره واستمراره آنيا ، وكأن هناك لغة غير مسموعة وأصوات الألحان الموسيقية التي توحي بها الأشكال في اللاواقع.

ثالثا : الأسس التصميمية

جسدت الفتيات المجتمعات في الخيمة مركزاً سيادياً من حيث التكوين والوانه وطبيعة العلاقة ما بينهما من تجاور وتماس. كما ان التوازن متحقق في تصميم الملصق ويضفي جمالية من حيث الانسجام اللوني وتوزيع المساحات والأشكال ضمن الفضاء لتتيح راحة نفسية وفسيولوجية لعين المتلقي في الانتقال مابين النصوص والرسوم. اما مركز السيادة الذي جسدته الفتيات يعد مركزاً كبيراً في الجذب البصري ومن خلال طبيعة الألوان وعلاقاتها مع بعضها ، والعلاقة مابين النص لاسيما كلمة (العراق) بكبر حجمها وإحاطتها بالحمائم ، كما ان المصمم قد حقق مركزاً للجذب من خلال النص بوصفه

يرجع بذاكرة المصمم من تأملات الشاعر وحنينه لوطنه وصفات ذلك الوطن، من خلال قصيدة السياب.ومن خلال العلاقة مابين زمان النص والرسوم وتنوعهما فكرياً وموضوعياً ادى الى توكيد تكامل الوحدة الفنية لمكونات الملصق وتنوعها. كما ان التناسب متحقق من خلال توزيع العناصر والكتل والأشكال في عموم الملصق لخدمة الموضوع بزمكانيته.

رابعا: الخصوصية:

جسدت الرموز المستخدمة في هذا الملصق من حيث علاقاتها الزمكانية، الخصوصية الوطنية العراقية في تجسيد روح الانتماء الوطني من خلال اللون، النص (قصيدة السياب)، الرموز الشعبية العراقية.

خامسا: الوظائفية:

تكمن الوظائفية بأنها تعبير مباشر للزمكانية في عرض إعلامي فضلاً عن جمالية الرسوم وتقنيات الإظهار او التنفيذ (الأختزال الشكلي)، مع قصيدة الشاعر بدر شاكر السياب، لتجعل الوطن (العراق) ودوره الكبير من خلال العلاقات الناشئة مابين الفتيات، الحمائم، النص زمكانياً يحتفظ بالتراث والانتماء الوطني كملصق ثقافي واجتماعي معاصر.



الملصق (8)

الوصف العام:

يتعلق هذا الملصق بذكرى لمعرض مهم بمدينة أسبانية عريقة (قرطبة) ويعرض هذا الملصق بعض الصور التراثية والمعمارية لتلك المدينة وبعض الموروثات الشعبية او الفلكلور، كالرقص الأسباني الشعبي، في شكل الفتاة الواقفة وسط فضاء الملصق. وقد وضع المصمم نصاً أسفل الملصق ((CORDOBA 1934 – Feria de Mayo)) ((قرطبة عام 1934م – معرض أيار)) وهذا الملصق يستذكر نفس المعرض الذي أقيم منذ أيار عام 1934م. وقد مثلت الرسوم المستخدمة كالمدينة القديمة والفتاة (مركز السيادة)، حيث جعل المصمم علاقة زمكانية مابين الرسوم والنصوص، وقد حدد تلك العلاقة على شكل مقارنة، في توكيد الماضي بزمكانيته من حيث المكان القديم من جهة وزمكانية الحاضر المعاصر فضلاً عن التعبير المتألق عن الفكرة وماهيتها.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق

يقوم المصمم بعرض للفلكلور الشعبي الأسباني فضلا عن اسلوب البناء المعماري المتميز للمدينة ، وهو استحضار لزمان ماضٍ بصورة معاصرة من خلال الرمز الشعبي والبناء المعماري ، لمدينة قرطبة ليجعل من الموضوع اكثر استمرارية زمكانية لتألق الماضي وانبعاث ذلك الماضي الى الحاضر بمعاصرة وحداثة.

وضع المصمم اختزالاً تشكيلياً لبعض الكاتيدرائيات الشهيرة او مايصطلح عليه بالكنائس ، والواقعة بمدينة قرطبة الأسبانية ، ((إلا ان هندسة المعمار في قرطبة هي نظام مجرد وبالرغم من ذلك فإنها لاتنطوي البتة على أي امر لا زمني))[1]. وبذلك فقد جعل المصمم من خلال الأبنية المعمارية زماناً يشير الى تداول الذكريات مع التراث ويدعو المتلقي الى التأمل باستذكار أطلال الماضي لاسيما لمدينة قرطبة ، وإبراز التراث الشعبي من خلال الأزياء الشعبية المعروفة بألوانها وتصميماتها وخصوصيتها من خلال استعراض الفتاة وحركتها وزيها ، وقد اعطى المصمم إيحاءً زمانياً بالقدم من خلال النص ، حيث حدد زمان الحدث وتحديده لذلك الزمان.

ثانيا : العناصر التصميمية

تميزت ألوان الملصق بالشفافية ، من خلال اللون الوردي وتدرجاته ، الذي استخدمه المصمم لتوكيد دلالات زمكانية تتعلق بالذاكرة والتراث والمعمار ، حيث تميزت الألوان بانسجامها مع بعضها من خلال درجات اللون الوردي والبنفسجي (الأرجواني). واللون الوردي ذي دلالات تجعل الزمان متألقاً وتراثياً ، ومتعلقاً بالذاكرة لاسيما ذاكرة المتلقي الأسباني. في هذه المدينة الأسبانية المتميزة ، كما ان الأشكال المعمارية شكلت علاقة الشكل بالفضاء موضوعيا ، اما الفضاء فقد تميز بالأنغلاق مما يعكس عن الخصوصية الزمكانية في تحديد الصورة القديمة بمعاصرة ترتبط بالذاكرة وتألقها ووقعها في نفس المتلقي.

(1) أوزياس – جان ماري / الفلسفة والتقنيات – ترجمة الدكتور عادل العوا – منشورات عويدات – بيروت ط2 1983 – ص 41

ثالثا : الأسس التصميمية

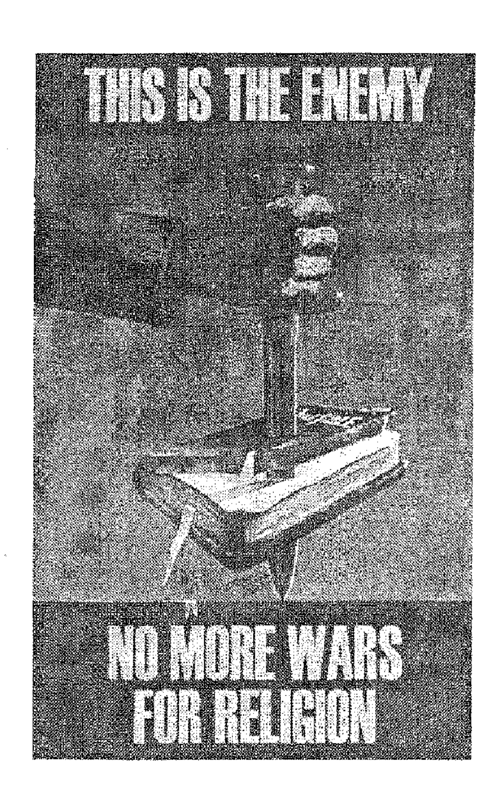
إن الوحدة من خلال تنوعها في الأشكال والألوان والملمس ساهمت في تحديد الزمكان فضلاً عن مركز السيادة الذي يجعل من الزمان وجوداً وإحساساً من خلال الشكل واللون فضلا عن توكيده المكان من خلال الموروث (الأشكال التراثية والرموز الشكلية).

رابعا : الخصوصية

تعد الزمكانية في هذا الملصق خصوصية من الناحية المرتبطة بالموروث الشعبي (الفلكلور)، والمعمار الأندلسي القديم.

خامسا : الوظائفية :

تعد الوظائفية مباشرة، من خلال توكيد حضور التراث الشعبي الأسباني، فضلاً عن المعمار وتنوعهما في الزمان والمكان ضمن هذا الملصق الثقافي التاريخي.



الملصق (9)

الوصف العام:

الملصق في وصفه العام من رسم يمثل يداً تحمل سيفاً أو خنجراً يخترق كتاباً وبقوة، وقد يكون هذا الكتاب من الكتب المقدسة. وقد وضع المصمم نصاً في أعلى الملصق: ((This is the enemy)) اما أسفل الملصق فقد وضع نصاً: ((No more wars for religion))، ((هذا هو العدو..)) ((لا للحرب من أجل الدين)).

يتكون الملصق من رسوم جسدت متغير الزمان من خلال حركته الآنية في شكل اليد وهي تقوم باختراق الكتاب المقدس وتمزقه من وسطه، لتعطي إيحاءً وتشخيصاً لحالة المصمم النفسية (السايكولوجية)، التي تثير العديد من التساؤلات المتعلقة بالعقيدة والدين وعلاقتهما بالسياسة وزمان السياسة المعاصرة، وزمان الحرب، وزمان المأساة، وزمان الأرهاب. وتوضح الرسوم في الملصق مايدور من حوارية عقائدية في إدراك دور الدين

كحافز مرجعي وحركي زمكاني مؤثر في تعاليمه السمحاء والفضيلة وانعكاس تلك القضايا في هذا الملصق بوصفه رسالة زمانية اتصالية مؤثرة في الرأي العام من حيث إثارة الجدلية المعاصرة فيما يتعلق بمصطلح الإرهاب العالمي الذي تروج اليه وسائل الأعلام الغربية بما فيها الولايات المتحدة الأمريكية، لتلصق صفة الأرهاب والأرهابين على معظم حركات التحرر والنضال في العالم لاسيما العالم الإسلامي. فالفرق مابين زمان الأرهاب وزمان النضال والتحرر، هو فرق واسع وكبير، فالأول زمان مظلم يتخذ من الدين ذريعة زمكانية لقتل الأبرياء، والثاني زمان سامٍ وشريف ونقي. كما قام المصمم بتوكيد وجود الزمان وحركته من خلال النص وذلك بحصره بمساحات سود ليؤكد التأثيرات النفسية (السايكولوجية) فضلاً عن التركيز العقائدي لدور الدين زمكانياً.

التحليل الفني:

أولا: فكرة الملصق

تتجه فكرة الملصق في سبر أغوار الزمان، زمان الحرب، مع العقيدة والدين في إشارة واضحة من قبل المصمم بديانته المختلفة وغير المحددة في هذا الملصق، الذي يدعو الى محاربة من يتاجرون بالدين والمعتقدلأغراض إثارة الحروب واتخاذ قيم الدين كمسوغ للاعتداء على الآخرين والإرهاب، كقتل الأبرياء وإثارة الفتن والاستبداد باسم الدين. كأن المصمم قد تنبأ بزمان مستقبلي يعارض اتخاذ الدين كذريعة لشن الحروب في العالم. فالزمان يتجه الى المستقبل من حيث مبدأية العقيدة وأهدافها السامية في صياغة موقف موحد بإزاء التلاعب بتلك القيم النبيلة، فضلاً عن أنّ الزمان في هذا الملصق يدعو الى التأمل والتوقف، ويدعو الى احترام الدين وتعاليمه ورسالته وعدم إقحامه كمسوغ في شن الحروب وتشويه الدين والإرهاب.

ثانيا : العناصر التصميمية

استخدم المصمم اللون عنصراً أساسياً في تحديد ماهية فكرته وأهدافها السياسية والدينية والأجتماعية ، واللون الأحمر الذي يحيط باليد والكتاب المقدس قد يكون رمزاً من رموز الشيوعية التي لاتعترف بوجود الدين او تجعل من وجوده ضرورة ملحة لاتخاذ قرارات سياسية او تعبوية او غيرها. لجأ المصمم الى تحديد النصوص بالقيم السود لتجسيم دور وحركة العدو وهو الإرهابي الذي لاتربطه صلة بالدين وتعاليمه. وبذلك فقد حقق اللون الأحمر زمانية آنية تثير المتلقي وتدعوه الى التوقف والتأمل في فكرة الملصق وأهدافه.

ثالثا : الأسس التصميمية

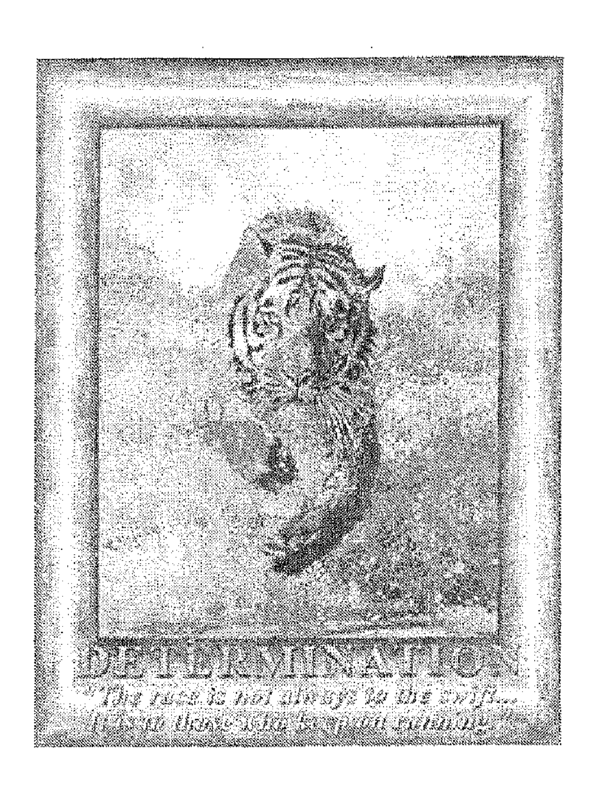
أخذت اليد من خلال حركتها الزمانية التي تثير المتلقي وتدعوه الى التأمل في ما تؤديه هذه اليد في ضربها الكتاب المقدس بالسيف او الخنجر وعدم اعتراف صاحبها المجهول الهوية (الإرهابي) بتعاليم الأديان السماوية التي تخدم البشر وتدعو جميعها الى السلام.وتندد بالأرهاب واستخدام الدين كذريعة لتجسيد زمان الغدر والاحتلال والقتل ، لقد جعل المصمم من خلال حركة اليد والكتاب المقدس مركزاً سيادياً ومركزاً للجذب البصري باتجاه الفكرة وتحليل خطابها.وقد عدت الوحدة مجسدة للزمكان من حيث المضمون او الموضوع فضلا عن التنوع في العناصر التصميمية كاللون والشكل بصورة خاصة.

رابعا : الخصوصية

تتميز الخصوصية في هذا الملصق بعدم انتمائها لأي زمان او مكان بل بعموميتها في الزمان والمكان ، فهي لاتتخذ طابعاً محدداً لفئة من الناس او لمكان معين معرف.

خامسا : الوظائفية

تعد الوظائفية في هذا الملصق مطلقة الحدود حيث تتوجه الى كل زمان وكل مكان ، في رسم صورة حقيقية مابين الدين وتعاليمه السمحة في السلام والوئام ، وزمان الأرهاب المتقدم عبر المكان وأختراق الدين والمعتقد فضلاً عن الأعراف من خلال الخطاب والعلاقة مابين اليد (مركز السيادة) والكتاب المقدس. ومابين الرسوم والنصوص من الناحية الإخراجية والتنفيذية والتقنية.ويعد هذا الملصق ذا وظيفة سياسية واجتماعية مؤثرة في المتلقي باختلاف انتمآته الدينية والعرقية.



الملصق (10)

الوصف العام:

يتكون الملصق في شكله العام من نمر يركض بسرعة فوق المياه ، ويتقدم الى الأمام. وقد وضع المصمم نصاً أسفل صورة النمر ، ((Determination: the race is not always to the swift. . it is to those who keep on running)). ((قرار او حكم : أن السباق لايعني دائما السرعة.. إنما لأولئك الذين يستمرون في الركض)). وقد قام المصمم بتأطير الصورة ليجعل الزمان محدداً من خلال الحركة الآنية للنمر (مركز السيادة) ، وقد حصر المصمم حركة وسرعة الزمان من خلال تأطير الفضاء وعزله عن الفضاء الخارجي اللامرئي ، اما النص فقد تنوع من حيث التأثير الزماني للمتلقي ، فالآن هو قرار او حكم ، ومن خلال حجم الحرف ولونه الشبيه بلون النمر نفسه ، حيث ركز المصمم على الفكرة وماتحدثه هذه العبارة الكبيرة الحجم والمتميزة في لونها من تأثير في الزمن وأيقافه وتأمل النص ، والتأثير في المتلقي فسيولوجيا من خلال الحجم واللون.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق

تتوجه فكرة الملصق في إبراز قوة الزمن من حيث السرعة في السباق. حيث يعد النمر رمزاً من رموز القوة والسرعة والرشاقة، وهو معنى يراد الدلالة به على الأنسان، الذي يتميز بالفطنة والحنكة في اتخاذ القرارات، والسياسي البارع هو ليس من يصر على رأيه بأفعال سريعة من اجل منافسة معينة، بل لابد عليه من ان يتميز بتلك المنافسة ليحقق أهدافاً أنسانية ونبيلة. فالسرعة زمان لايخطوه غير الواثقين من أنفسهم في إنجاز أهدافهم، وقد حاول المصمم الاستعاضة عن الإنسان، المفكر، السياسي الذي يمتلك القوة الديبلوماسية في السياسة والفكر في طاقة كامنة يستطيع من خلالها إثبات واقعية الزمن وتأثيره في مختلف نواحي الحياة، وعواملها السياسية والاجتماعية والأقتصادية، وغيرها من العوامل التي تواجه الإنسان المعاصر في معترك حياته اليومية و وسائل اتصاله مع الآخرين، من خلال حركة النمر بوصفه رمزا للقوة والرشاقة. بيد ان المكان قد بدا ضائعا ولا وجود له ولاحدود له، انما اتسم بعموميته في الفكرة وتوسع الرأي نحو اللانهاية واللاحدود. او قد يكون رمزا آسيويا لأن هذه الأنواع من النمور تستوطن جنوب شرق آسيا فقط.

ثانيا : العناصر التصميمية

تميز الشكل بوصفه مركزاً سائداً في التصميم، وهو النمر الآسيوي المعروف، بتوكيده حركة الزمان من خلال السرعة التي صورها المصمم فضلاً عن اتجاه تلك الحركة. فالاتجاه يمثل حركة الزمان بسرعة نحو المستقبل، من خلال حركة النمر الذي يتميز بسرعته الخارقة، كما جعل المصمم تجسيما سمعياً بصرياً في قوة السرعة من خلال حركة المياه وانتشارها جراء تلك السرعة لتثبت ان الاتجاه بثقة نحو المستقبل يتطلب ثقة وقوة بالنفس. اما شكل النمر فقد بدا متناسباً ومتناغماً مع إيقاع الحركة (حركة المياه)، وسرعة الزمان.

ثالثا: الأسس التصميمية

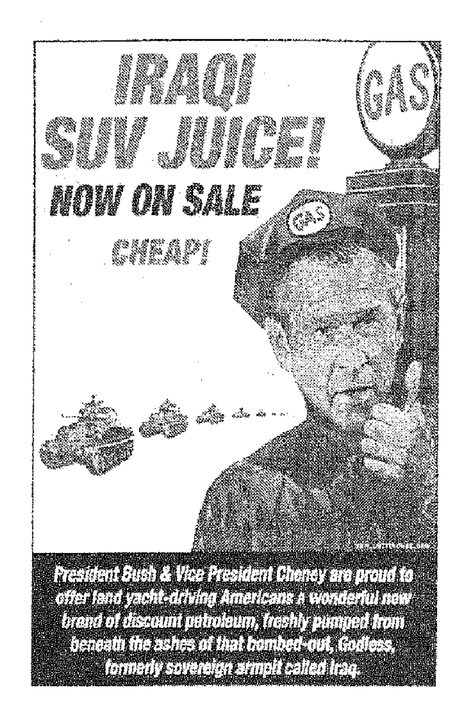
اتسم الفضاء بانغلاقه وانعزاله، وكأن هناك قصدية من قبل المصمم في تحديد الزمان من خلال (الآن) وحركته بسرعة نحو الهدف والمضمون الفكري من خلال رمز النمر (مركز السيادة)، كما شكل النمر بقوته لاسيما سرعته وقوته الجسمانية ورشاقته توكيدا لحركة ونمو الزمن، فزمان انطلاق النمر لايمكن تحديده لأنه زمان ماضٍ اجتازه النمر في الحاضر آنيا في مسيرته متجها نحو الأمام (المستقبل). اما انغلاق الفضاء فقد حدد الزمان في اتجاه الحركة وسرعتها نحو الأمام، كما حدد الهدف والوظيفة فالسباق لايعني أثبات السرعة في الوصول بل هو التوجه برؤية وحكمة نحو إثبات الذات في بناء المستقبل بخطى ثابتة رصينة.

رابعا: الخصوصية

لم يجعل المصمم من خلال مكونات الملصق تحديداً مباشراً لخصوصية معينة للزمن، فالزمان تميز بالعمومية الفكرية والرمزية بدلالة النمر، لاسيما ان المكان اتسم بالعمومية أيضا، فالزمان محدد من خلال إطار الملصق، بيد ان المكان غير محدد هو الآخر ذلك لأنه غير موجود ب هيئة معينة او مادية، انما موجود على هيئة فكر من خلال عموميته إنسانيا ليشمل العالم أجمع كمكان شامل.

خامسا: الوظائفية

اتسم الملصق من خلال عمومية الزمان والمكان إثبات وجهة نظر المصمم الشمولية في طرح أفكاره وإثبات أهدافه السياسية والأجتماعية والأقتصادية، فهي جميعا سلسلة مترابطة ضاغطة على حياة الإنسان وطبيعة علاقته مع المجتمع المعاصر.



الملصق (11)

الوصف العام:

يتكون الملصق من شخصية سياسية تمثلت بالرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش وهو يرتدي ملابس عمال الوقود، وتبدو خلفه أسطوانة التزود بالوقود، كما يحمل بيده جهاز هاتف نقالاً صغيراً، وقد جعل المصمم من حديث الرئيس الأمريكي نصاً وضعه أعلى الملصق يقول فيه ((Iraqi suv juice! Now mor sale. . Cheap!))، ((الصناعة النفطية العراقية معروضة للبيع.. بسعر زهيد!)). كما وضع المصمم نصا في أسفل الملصق وكانت ترجمته ((الرئيس بوش ونائبه تشني فخوران لمنح الأمريكيين أرضا، الوصول اليها ليس بعيدا، وهي أرض عجيبة وجديدة تساهم في تخفيض أسعار النفط، وقد ضخت بشفافية من تحت رماد تلك الأرض، التي قصفت، وكانت من قبل ذات حضارة تاريخية قديمة وانسانية تدعى العراق)). لقد اراد المصمم توكيد دور رئيس البيت الأبيض في الإيعاز لبدء الحرب وشنها، والسيطرة على مقدرات العراق الطبيعية الغنية، لاسيما النفط ومشتقاته، وأصبحت السيطرة الأمريكية على النفط كزمان واقعي وحاضر ومعاصر ومستقبلي، بيد الولايات المتحدة فضلا عن السيطرة على المكان (العراق) الذي

تتصارع عليه الأحداث. اما النصوص فقد جسدت الحركة الزمكانية وعلى نوعين من الزمان وكما يأتي :

1 – زمان الخطاب السياسي الخاص ، هو احتلال العراق واحتلال مقدراته لاسيما النفط ، ذلك من خلال خطاب الرئيس الأمريكي ذاته (النص العلوي في الملصق).

2 – زمان الخطاب السياسي العام في تأويل المصمم بنفسه وهو أمريكي ، من خلال زمكانية الحدث وعمقه السياسي والاجتماعي فضلاً عن العمق الأقتصادي لاسيما ان النفط هو ثروة مهمة لتوليد الطاقة وسمة مهمة لتطور الشعوب وتقدمها. وقد جسم المصمم من خلال خطابه العام دور الرئيس الأمريكي جورج بوش وبقية افراد قيادته في البيت الأبيض كما يراهم هو ويحكم على افعالهم.

لذلك فإنّ زمان الخطاب الخاص يتعاضد مع زمان الخطاب العام ، بين مؤيد ومعارض تنصب أخيرا في اهمية المكان المتصارع عليه (العراق) كدولة ذات حضارة وتاريخ مجيد.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

تؤكد فكرة الملصق زمان السيطرة والاحتلال ، كزمان واقعي حاضر ، من خلال احتلال الولايات المتحدة الأمريكية للعراق في نيسان عام 2003 م ، والسيطرة على ثرواته وموارده الطبيعية لاسيما النفط بوصفه أحد اهم الثروات الطبيعية الرئيسية في العراق.

يعطي لنا المصمم في هذا الملصق إثباتاً بل واصراراً عند المسؤولين الأمريكيين على المضي في احتلال مقدرات الدول الغنية بموارد الطاقة لاسيما العراق ، الذي أصبحت جميع مقدراته وثرواته بيدها الآن. فالمصمم يوجه نقداً كبيراً لسياسة البيت الأبيض في استغلال القوة لفرض نفوذها على تلك الدول التي تخرج عن سياساتها ولاتتماشى مع

نهجها واسلوبها السياسي والاقتصادي. ومنها العراق وبعد السيطرة على ثرواته وبيعه بسعر زهيد بعدما اصبحت مقدرات العراق كافة تحت سلطتهم او بيد الرئيس الأمريكي نفسه. فالزمان في هذا الملصق يمكن ان يكون على عدة أشكال وكما يأتي :

1 – زمان الحرب من خلال حركة الدبابات المتوجهة الى احتلال العراق.

2 – زمان السيطرة من خلال شخصية الرئيس الأمريكي (مركز السيادة)، وهو يرتدي ملابس عمال الوقود فضلا عن النص الذي يمثل توجهاته ولغة خطابه، في أعلى الملصق.

ولعل الزمانين يكونان زماناً واحداً هو زمان حاضر ومستمر لما فيه من عوامل وظواهر وحالات. اما المكان فهو مكان مقيد، محتل، مسيطر عليه، محاصر، هو العراق، بيد أنَّ المكان الآخر هو المكان المسيطر وهو الولايات المتحدة الأمريكية. واخيرا يمكننا القول ان كلاً من الزمان والمكان قد خضعا الى التقييد والاحتلال.

ثانيا: العناصر التصميمية:

استخدم المصمم الألوان بشكل يعطي دوراً كبيراً للكشف عن مدلولات الزمان والمكان في الملصق، فقد جعل اللون الأحمر ضمن عبارات مهمة ضمن النص العلوي ليؤكد على دور التحولات الزمكانية في لغة الخطاب السياسي المعاصر(في النص) ودلالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية. كما ان التضاد اللوني مابين القيم البيض والسود في النص أسفل الصورة جعل من الموضوع أكثر تشويقا في الكشف عن التصورات الأمريكية للحال القائمة (احتلال العراق ومقدراته الطبيعية) والوقوف على اهم النقاط المضيئة في تداعيات مسؤولي البيت الأبيض في تقييمهم للزمان والمكان المعاصر مع العودة الى جذور هذا البلد العظيم وحضارته (زمان ماضي) وتصورات المستقبل.

كما ركز المصمم على كلمة (زهيد او رخيص) (Cheap)، ليؤكد زمن الاحتلال بشكله الواقعي. كما أظهر قوة الزمان الآني من حيث حركة الدبابات التي تسير بتتابع وبزمان متصل منتظم وبحركة اتجاهية تتابع حركتها الى خارج فضاء الملصق لتوحي

بالاستمرارية الزمكانية وعزم الحركة والتقدم في احتلال العراق عسكرياً وتحت قوة السلاح الحديث المتطور.

ثالثا : الأسس التصميمية :

عد المصمم صورة الرئيس الأمريكي جورج بوش (مركز السيادة) قوة جذب زمكاني مهم لما تحمله هذه الصورة من خلال حركتها وتعبيراتها من دلالات تعطي الزمان سمة السيطرة والهيمنة والإيعاز بالحرب على الدول الغنية الموارد لاسيما العراق. كما شكل التكرار بإيقاعه المتشابه المنتظم وتناغمه وتتابعه من خلال حركة الدبابات ليجعل من الموضوع والمضمون الفكري اكثر توسعاً وتركيزاً على دور الزمان والمكان.

رابعا : الخصوصية :

تمثلت الخصوصية الزمكانية في كونها خطاباً مباشراً من قبل وسائل الأعلام الأمريكية مابين معارض ومؤيد للحرب على العراق ومن ثم احتلاله. كما تجعل من خلال مكونات الملصق كصورة واضحة لما يدور في تفكير المسؤولين الأمريكان وعلى رأسهم الرئيس جورج بوش، من تصورات حول احتلال العراق ومستقبل العالم.

خامسا : الوظائفية :

يخاطب هذا الملصق الرأي العام العالمي ويكشف عن مدلولات الواقع المستقبلي للولايات المتحدة في بسط نفوذها وسيطرتها على الدول الغنية الموارد ومنها العراق. لذلك يعد هذا الملصق ذا وظائفية سياسية مستقبلية تتسم بالتنبؤ والحدس لطبيعة المضمون او الموضوع السياسي وحركته ضمن الزمان والمكان.



الملصق (12)

الوصف العام:

يتكون هذا الملصق الجماهيري الصادر لمناسبة العيد الوطني السنوي لجمهورية الصين الشعبية ، والذي يبدو فيه الزعيم الصيني الراحل (ماوتسي تونغ)، الذي يعد أحد أبرز الزعماء المؤسسين للصين ، وتبدو الجماهير وهي خارجة الى الشوارع ابتهاجا بهذا اليوم الوطني الكبير حاملين الأعلام الحمر دلالة على الفكر السياسي الاشتراكي ، فالأحمر رمز للشيوعية ، والذي يعد الحزب الحاكم في الصين. ويعد هذا الملصق أحد أفضل الملصقات في الصين ، حيث يعلق على العديد من الأبنية والعمارات الضخمة في العاصمة الصينية بكين ، فضلاً عن ساحاتها العامة ومنتزهاتها سنوياً ابتهاجاً لذكرى تأسيس الدولة وزعيمها الكبير (ماو تسي تونغ) الذي يأخذ مساحة كبيرة من حيث الحجم ، داخل الفضاء التصميمي للملصق. كما جعل المصمم من خلال العلاقة الناشئة

مابين مركز السيادة (الزعيم الصيني) والحشود البشرية داخل الصورة، واقعاً زمكانياً يتعلق بالترابط الروحي والسياسي والاجتماعي مابين مركز السيادة (الزعيم الصيني) والجماهير التي تستذكر زمان هذا الزعيم، زمان الثورة، زمان الاستقلال، و واقع تلك الأزمنة على المكان الشامل (الصين).

اما النص فقد كتب باللغة الصينية على شكل إفريز أسفل الصورة، حيث تماشى مضمونه الفكري مع الذكرى الوطنية للاستقلال. لتوافق زمكانيا مع مكونات الصورة والرسوم من حيث الدلالات السياسية والاجتماعية فضلاً عن الحالة النفسية.

ان المصمم الصيني الاشتراكي استطاع ان يعبر في هذا الملصق عن ((الصراع القائم مابين ماضٍ خامل.. وحاضر ثوري منفعل بالعمل والنشاط والحركة الخلاقة))[1]، من أجل الأصلاح وسعادة المجتمع، وهذا مايمكن ان يجعل منه المصمم الصيني فرقاً مابين الزمان الماضي من سيطرة الطغيان والفساد على الحكم، وبمجيء الحرية الصينية بشخص الزعيم الصيني (ماو تسي تونغ) صانع الصين الجديدة على حد تعبير المصمم من خلال زمكان الملصق بنصوصه ورسومه والذي يعد التفسير المنطقي المرتبط بالفكر والآيديولوجيات السياسية المعاصرة.

التحليل الفني:

اولا: فكرة الملصق:

تتعلق فكرة الملصق في توكيد الزمكان الوطني بدلالاته وذكرياته وأهدافه الراسخة عند أبناء الشعب الصيني، من خلال ذكرى العيد الوطني للصين، والتي ترتبط دائما بمؤسسها الزعيم الراحل (ماوتسي تونغ)، وهو أحد ابرز الزعماء الشيوعيين الذين أسسوا الصين الجديدة على حد تعبيرالصينيين. وقد عد الزعيم الصيني (ماو تسي تونغ) في توظيفه في هذا الملصق كنقطة استقطاب، كرمز زمكاني للحرية، التأسيس، حرية الجماهير، كما أعطى

(1) حسن – حسن محمد / الفن في ركب الأشتراكية – دار المعارف بمصر – القاهرة 1966 – ص 14.

المصمم دوراً كبيراً لهذا الزعيم ومن ثم توكيده للواقع الزمكاني المعاصر أو الحاضر الممتد نحو المستقبل، حيث تتجدد الذاكرة عند المصمم لذكرى هذا الزعيم الذي يرتبط بذكرى العيد الوطني للدولة (الصين). كما جعل المصمم من العلم الأحمر لوناً مميَزاً للحزب الشيوعي العمالي العالمي لاسيما ان هذا اللون يشكل المساحة الغالبة في علم الصين فضلاً عن النجوم الصفر. وقد تقصد المصمم في جعل الأعلام حمراء ليضفي على الزمان توسعاً جغرافياً فكرياً لما يوحي به الفكر الأشتراكي من مميزات واهداف وآيديولوجيات تخص المجتمع الصيني المعاصر وتوجهاته الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ويعطيهم ثقة بالنفس.

ثانيا: العناصر التصميمية:

تميزت الألوان بانتمائها الى الزمان والمكان من حيث الفكر السياسي، الاتجاه السياسي، التفكير العقائدي، لاسيما اللون الأحمر، كرمز او دلالة على الحزب الشيوعي، في محاولة للتأثير في الجماهير ضمن وسائل الدعاية والإعلام ومنها الملصق. لاسيما ان الملصق يعلق في كل مكان داخل المدينة او المقاطعة او غيرها. والأحمر هو زمان العمل، زمان التوهج والانبعاث، كما ان العمل زمان متألق وهو من أولويات الحزب الشيوعي. ويعد اللون الأحمر والمستخدم بكثرة في هذا الملصق عنصرا من عناصر التصميم الاشتراكي العمالي الشيوعي. كما ان لهذا العنصر رابطة مادية مهمة، تكمن في العلاقة مابين الحالة النفسية (السايكولوجية) والحالة الفسيولوجية. كما يشكل اللون الأحمر زمانا ذا دلالات واقعية مؤثرة في البيئة الأجتماعية ومكوناتها فضلاً عن كونها المكان الذي تجتمع عليه الجماهير وزعيمهم المؤسس (مركز السيادة) والتطلع الى المستقبل. كما تميزت الأبعاد الخاصة بالأشكال الآدمية باختلاف أحجامها تبعا للمنظور، وملامح الجماهير القريبة او الأمامية، المفعمة وجوههم بالفرح والسعادة مع اتجاه يتسم بالتقدم الزمكاني نحو الأمام بتعاقب حركي واستمرارية لاتتوقف.

ثالثا : الأسس التصميمية :

يعد مركز السيادة (الزعيم الصيني ماو تسي تونغ) تحديداً زمكانياً مهماً في هذا الملصق ، لما يشكله شخص هذا الزعيم في تأريخ الصين الجديدة وتحررها ، وهو زمان ماضٍ يتجدد كلما ذكر اسم هذا الزعيم ووضعت فيه صورته ، ويمكن ملاحظة التوكيد الزمكاني لشخصية الزعيم الصيني في ماعبر عنه المصمم في المبالغة الحجمية للصورة. وقد أخذ حجم صورة الزعيم الصيني معظم فضاء الملصق ليعرض تطور زمكان الصين المعاصر سياسيا واجتماعيا. كما ان هناك تميزاً شكلياً لأشخاص ثلاثة تحت صورة الزعيم الصيني وهم يلوحون بالأعلام الحمر ويحملون السلاح ، للدلالة على زمان التحرر والاستقلال السياسي. وكأن هؤلاء الأشخاص الثلاثة لهم صفة متميزة تميزهم عن باقي الجماهير المحتشدة من ورائهم من حيث الحجم والشكل و تفاصيل وجوههم. بينما تسير الجماهير بتتابع حركي زمكاني يميل الى الانتشار الى الجوانب مع الإحساسٍ بالتقدم نحو الأمام. كما أن الوحدة تميزت بتنوعها من حيث اللون والشكل والفكرة فضلاً عن التوازن والتناسب مابين مركز السيادة ومكونات الملصق الخرى.

رابعا : الخصوصية :

يجسد هذا الملصق من حيث زمكانية تتابع احداثه ومكوناته تأريخ الصين المعاصر ، واستذكار زعيمهم الراحل المؤسس ماو تسي تونغ. الخالد في نظرهم حتى عصرنا الحالي ليجعل المتلقي في حالة تأمل ويقين بأن الزمان والمكان راسخان من حيث الفكر والسياسة والمعتقد عند هذا الشعب ومنهم المصممين.

سادسا : الوظائفية :

تتعلق الوظائفية في هذا الملصق بالفكر السياسي والمعتقد والإيمان بأفكار زعيمهم الراحل ماو تسي تونغ ، الذي يعيش في ضمائرهم وذكرياتهم وحياتهم وإنجازاتهم ، ومخاطبة الرأي العام العالمي لما يشكله زمان ومكان الحدث من اهمية تتعلق بالتاريخ القديم والمعاصر.

والفن الاشتراكي بصورة عامة له وظيفة تتعلق بحياة الشعوب ولاشيء غير الجماهير والشعب ، مع الابتعاد عن الفردية والذاتية ، حيث يميل المصمم الاشتراكي الى إظهار الرابطة بين أبناء الشعب بتعبير جماعي عن آرائهم وأفكارهم مع التحكم بالزمكان لخدمة الموضوع والسياسة والآيديولوجيات ضمن هذا الملصق السياسي.



الملصق (13)

الوصف العام:

يتكون الملصق في شكله العام من مشهد مقتطع لأحد أشهر الأفلام السينمائية في العالم لاسيما أفلام المغامرات، وهو فلم (الرجل العنكبوت). ويظهر هذا الرجل وهو يحتضن فتاة ويطير بها منقذا إياها في أعلى المدينة. ويعد هذا الفلم من الأفلام المتميزة بإخراجها المعاصر وتقدم وسائل التقنية والإظهار. كما وضع المصمم اسم الفلم أسفل الصورة (الرجل العنكبوت 2). وتعد الصورة بوصفها تمثل جميع الملصق، بمثابة اللقطة في الفن السينمائي. واللقطة من خلال الصورة (الرجل العنكبوت والفتاة)، تعد إحدى مكونات الفلم السينمائي. واللقطة هي وحدة البناء الأساسية في الفلم السينمائي ((والتي تستطيع إطالة الزمن او تقصيره بدقة أكبر مادام متوسط اللقطة يستغرق عشرة ثوان او خمس عشرة ثانية فقط. على الدراما ان تقطع كتلاً ضخمة من الزمان بين المشاهد والفصول القليلة نسبياً، يستطيع الفلم ان يحدد او يقلص الزمن بين المئات العديدة من

اللقطات))[1] التي تؤلف الفلم، فالسينما ((باعتبارها فناً تحليليا تميل الى اقتطاع الزمان والمكان))[2]. لقد أراد المصمم عرض حالة من الصراع النفسي وذلك من خلال محاكاة عناصر اللقطة السينمائية المنتخبة من قبل المصمم في هذا الملصق.

التحليل الفني:

أولا: فكرة الملصق:

تتجسد فكرة الملصق في بناء تصور زمكاني من خلال حركة الرجل العنكبوت، مما يعطي واقعاً مثيراً ومشوقاً في إثارة المتلقي نحو أحداث الفلم وفكرته لاسيما ان هذا الفلم أصبح من الأفلام المهمة في العالم الآن سواء كان للصغار او الكبار. وقد تم استخدام تقنيات حديثة ومتطورة ضمن أساليب الإخراج السينمائي المعاصر.

يصور المصمم من خلال هذا المشهد السينمائي زماناً يحاكي حركة الآن، مابين شخصية خيالية مصطنعة (الرجل العنكبوت) وشخصية حقيقية (الفتاة)، أي ان المصمم قد استخدم هذه الشخصية الخيالية الأفتراضية (الرجل العنكبوت) لإرساء زمان الخير والحب والعدالة من خلال الدور الافتراضي الحقيقي لهذه الشخصية في الفلم نفسه، ليعطي تصورا لمعطيات الزمان والمكان لأحداث تتعلق بالمزاوجة مابين الخيال والواقع من اجل التركيز على المعنى والدلالة الموجهة من خلال الفلم، لذا فإنّ محاولة المصمم جاءت كمحاولة لإبراز الشكل الفني من خلال صورة او لقطة كما يسميها السينمائيون، او تأتي بدلالات لمغزى أنساني نبيل.

---

(1)جانيتي – لوي دي / فهم السينما – ترجمة جعفر علي – دار الرشيد للنشر – بغداد 1981 – ص 36..
(2) المصدر نفسه – ص 362.

ثانيا : العناصر التصميمية :

يحقق الشكل السائد وهو الرجل العنكبوت ، زمان الخير والمساعدة ومحاربة الشر من خلال المعرفة المسبقة والمتداولة عند المتلقي ، ومتابعته لهذه الشخصية السينمائية المعروفة. كما تعطي ملامح الفتاة زمنا يوحي بالخوف والاستغاثة بالرجل العنكبوت ، والذي يقوم بدوره بإنقاذها ضمن هذه اللقطة. كما ان المبالغة الحجمية في شكل الرجل العنكبوت والفتاة جعل التركيز بشكل مباشر على حركة الزمان ضمن المكان المفتوح او الفضاء المتسم بالاتساع الى خارج حدود اللقطة واستمراراً مع لقطات الشريط السينمائي التالية. فالزمان متواصل بتواصل تقدم الأحداث الدرامية والسردية ، كما ان لون الرجل العنكبوت (الأحمر) جاء بقوة تفرض خصائص الشخصية السينمائية ، وكعنصر جذب من الناحية الفسيولوجية ، بوصفه زمكاناً مهماً في المضمون التوليفي او السردي وتوالي الحدث ، كما انها صفات يتمتع بها هذا البطل السينمائي (الرجل العنكبوت) بوصفه شخصية خيالية متميزة ومعروفة. وقد تميزت الألوان بانسجامها مع بعضها لإبراز الجو المحيط بالحدث والإثارة وتحقيق جذب بصري نحو اللقطة السينمائية (المكان الافتراضي المقتطع في الملصق)، وغاياتها الإنسانية مع الكشف عن حركة الزمان في الفضاء اللامتناهي في هذا الملصق.

ثالثا : الأسس التصميمية :

تمثلت مكونات اللقطة السينمائية لمشهد الرجل العنكبوت والفتاة مركزاً سيادياً متميزاً فضلاً عن تكامل الوحدة الموضوعية وتنوعها من حيث العناصر والمضمون او السرد السينمائي.

رابعا : الخصوصية :

تحقق الزمكانية في هذا الملصق نوعا من الخصوصية مع العمومية في التداول والانتشار ، من خلال قصة الفلم وماتحمله من مغامرات مشوقة ومثيرة ومدهشه في العديد من دول العالم.

خامسا : الوظائفية :

تعد الوظائفية غير مباشرة زمكانياً من حيث التحديد المكاني أو التحديد الزماني ، بل كونها وظيفة إعلامية ترويجية تثير عند المتلقي ، التشويق والإثارة. لاسيما ان المكان بوصفه الفضاء قد اشترك من خلال اتساعه الى الخارج اللامرئي ، في إثارة المتلقي والجذب البصري ضمن وظيفة الملصق السينمائي تحديداً.



الملصق (14)

الوصف العام:

يتكون الملصق من شكل يرمز الى الحمامة ، وقد وضع المصمم كلمتين فوق شكل الحمامة (عدل) ، (سلام) وقد وضع المصمم عبارتين باللغة الأنكليزية في الأعلى (justice) أي (العدل) ، وفي الأسفل (Peace) أي (السلام). وقد جسدت الحمامة رمزاً أو علامة تدل على السلام ، و المرتبطة بعلاقة مفاهيمية زمنية دلالية مع النص او العبارات (السلام) ، (العدل) ، وقد عزز المصمم تلك الصفات الزمانية من خلال اللغة وتنوعها مابين العربية والأنكليزية ، ليجعل من تأكيد الزمان تعميماً وحضوراً واهمية ، لهذا الزمان الذي يؤكد حضوره مع اختلاف اللغة. وهذا مايجعل من الزمان آنيا وحاضرا في العلاقة مابين الدال والمدلول في شكل الحمامة وصفاتها النصية وتطابق الرمز مع النص تماماً والتي تعزز إدراك الزمان ، كزمان للسلام ، وزمان للعدل ، وشكل تمثيلي للزمان في رمز الحمامة

التحليل الفني:

أولا: فكرة الملصق:

تتمحور فكرة الملصق في تسليط الضوء على العلاقة مابين شكل الحمامة كرمز متداول للسلام، وبين كلمتي (عدل) و(سلام) باللغتين العربية والأنكليزية، كما قام المصمم بوضعهما في الملصق. لاسيما السلام هو اسم من أسماء الله جل جلاله، كما أوردته كتب تفاسير القرآن الكريم، وكتب اللغة فضلاً عن ان الحمامة قد استخدمت رمزاً للسلام في جميع أنحاء العالم وباختلاف انتمائهم وقومياتهم وتوجهاتهم السياسية والعقائدية فضلاً عن الاجتماعية.

وتعدّ الحمامة بوصفها رمزاً أو علامة دالة على السلام حيث تحمل في مكنوناتها سمات متشابهة مابين كلمة السلام من جهة كدلالة والحمامة كمدلول من جهة أخرى، والسلام بوصفه زماناً تدلل على وجوده الحمامة، وهذا مايمكن تحليله على أساس سيميائي في كون العلاقة مابين السلام والحمامة في هذا الملصق تؤدي وظيفة كعلامة تعتمد على الصلة مابين السبب بالنتيجة وهو السلام. ومرجعيات ذلك السلام في شكل الحمامة وكذا هو في العدل، لأن العدل أحد مرتكزات إرساء السلام كما ان طيران الحمام متوازن ومتناسق وعادل في نسب التكوين والأداء، لذلك فعلاقة الرمز (الحمامة) بمدلولاتها (السلام) (العدل)، في هذا الملصق هي علاقة عرفية متوازنة فقط. كما ان مدلول السلام عن طريق الرمز (الحمامة) يرتبطان مع بعضهما البعض في توكيد زمان السلام ودلالاته ومؤثراته لاسيما ارتباط السلام مع العدالة. فالعلاقة الزمانية مابين الحمامة بوصفها رمزاً للسلام والعدالة هي علاقة متوازنة ومتساوية مابين معنى الدال وزمانه، ومعنى المدلول وزمانه، وانهما متساويان في إبراز المعنى وتوجيه الفكرة. ويمكن ان يعمل شكل الحمامة في هذا الملصق عمل الأيقونة التي تؤدي وظيفتها كما يؤديها الرمز والعلامة، وهي الوظيفة القائمة على العلاقة مابين تلك الرموز والأيقونات ودورها في توكيد زمانية الفكرة

وتوصيل أهدافها. ويرى الفيلسوف الأمريكي بيرس ان الأيقونة (Icon) هي ((أي شيء يؤدي عمله و وظيفته كعلامة انطلاقاً من سمات ذاتية تشبه المرجع او المشار اليه وبذلك فإنّ الأيقونة تقوم على مبدأ المشابهة بين العلاقة ومدلولها))[1] كما هو الحال في تداولها ضمن هذا الملصق.

ثانيا : العناصر التصميمية :

تميزت الألوان بتحقيقها لوجود وحركة الزمان، فالأحمر الذي أخذت ألوانه النصوص، قد أثبت زمان السلام وزمان العدالة وتحقيقهما من خلال القيمة البيضاء، وهي زمان الحرية والسلام من خلال الشكل العام للحمامة والتي استطاع المصمم من حيث الاختزال الشكلي كجزء من عملية الترميز والتنوع التقني في الشكل الحقيقي للحمامة مما جعل من الموضوع اكثر إثارة وجاذبية نحو الفكرة، واتساقها وتكاملها مع مفهوم الزمان في الدلالة على السلام والعدل. بيد ان الألوان المتضادة مابين الأحمر والأبيض في فضاء غامق يعطي سمة إظهارية مهمة لإبراز (الشكل والنص) كمركز سيادي مشترك وتسليط الضوء على دلالتهما ومايحققه من واقع زماني في المعنى والفكرة والوظيفة.

كما اتسم الفضاء بالاتساع الى جميع الجهات، وكأن الحمامة تسبح في فضاء او مكان غير متناهٍ، بلا حدود، مما يجعل من الشكل واللون للحمامة والعبارات كقيم مطلقة في زمان مطلق بلا حدود.

ثالثا : الأسس التصميمية :

يعد مركز السيادة (الحمامة مع النص) معادلاً موضوعياً زمانياً يساهم في إبراز العلاقة مابين الدال والمدلول من حيث الشكل والرسم مع الكلمة او النص. اما التوازن فقد عدّ لامتماثلا ضمن مساحة الملصق، كما ان هناك وحدة للشكل (وحدة متنوعة)

---

(1) الرويلي – ميجان (الدكتور) والدكتور سعد البازي / دليل الناقد الأدبي – المركز الثقافي العربي – الدار البيضاء ط22.. – ص 9.1.

مابين الحمامة والكتابة او العبارات ، كما ان الحركة الزمنية قد تميزت بالتألق من خلال تدرج وتكرار أجنحة الحمامة ، فضلاً عن تكرار عدد الحروف فوق الملصق وأسفله.

رابعا : الخصوصية :

تعد الخصوصية متجردة في الحدود المكانية ، فالسلام والعدل هو زمان يبحث عنه العالم أجمع فضلاً عن كون الحمامة رمزاً دلالياً زمانياً لحركة وشكل السلام والعدل لكل العالم ، فالمكان هو العالم ، والزمان هو السلام والعدل.

خامسا : الوظائفية :

تعد الوظائفية إدراكية مباشرة ، في ربط دلالة النص مع الشكل لإيصال فكرة ان العالم هو المكان الذي يسوده السلام والعدل.



الملصق (15)

الوصف العام:

يتكون الملصق في شكله العام من طيار عسكري أمريكي في غارة جوية، وهو يصيح ((دور طائرتك)) بينما وضع المصمم نصا أسفل الطيار وطائرته ((X marks the fair and Balanced spot!)).

((X يمثل العدالة والتوازن!)). وقد مثلت الرسوم اقتطاعاً صورياً من زمان الحرب، زمان الهجوم، وقد استطاع المصمم إضافة تأثيرات آنية زمانية على ملامح وجه الطيارالأمريكي (مركز السيادة) في عدم إيمانه المطلق بواقعه الزمكاني الحاضر ومجهولية المستقبل الذي ضاعت فيه قيم العدالة والحرية.

كما جعل المصمم من خلال النص توكيداً على الزمان الحاضر في الصراع مابين قيم التوازن والعدالة في شكل العلامة(X) وهي الحركة المتزنة والعادلة في القضية والمبدأ الذي تسير من أجل تحقيقه الطائرة.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

تتوجه فكرة الملصق في محاكاة الواقع الزمكاني الحاضر وهو قيام الحرب على العراق، والتي أستخدمت فيها الولايات المتحدة الطائرات العسكرية والتي تكون على شكل حرف (X) باللغة الأنكليزية، وهي تحلق في أعالي السماء. وكأن المصمم أراد ربط فكرة طيران الطائرة بأنها عدالة وتوازن، بيد ان المغزى ليس كذلك، بحيث يتوجه المصمم الى انتقاد تلك الصفات وذلك في كون الطائرة تحلق بشكل غير متوازن وغير عادل لعدم عدالة القضية وضياع الهدف السامي لمعنى العدل والتوازن في العالم لأسباب سياسية غير متوازنة.

ثانيا : العناصر التصميمية :

تميزت العناصر بحركتها الزمانية، فدوران مركز السيادة (الطيار)، فالزمن يبين الحالة النفسية للطيار في عدم إيمانه بالقضية المكلف بها، ذلك من خلال الخطاب الموجه في قوله ((دور طائرتك)) أي ان هناك أيحاءً بالدوران وعدم التوازن، أي ان زمان الحركة غير متوزان علاقاتيا من حيث حركة الشكل (الطيار)، وكأن الحركة تميزت بكونها قلقة وغير مستقرة ويمكن تحديدها بناحيتين وكما يأتي :

1 – **الناحية النفسية (السايكولوجية)**، حيث ان زمان الحركة الآنية ليس زمان الطيار نفسه، من الناحية النفسية حيث ان الحرية والعدالة لاتأتي بها حروب بلا مسوغات عادلة مما يجعل من حالة الطيار النفسية ذات صراع زمني يتسم بعدم الأستقرار والقلق، ومجهولية الزمان الآتي (المستقبل)، ويمكن الإحساس بتلك المعاناة التي جسدها المصمم في صيحة الطيار منفعلاً وكأنه في صدمة نفسية في تعامله مع الواقع بزمانه ومكانه ((AWAAAAAY!)). وقد جسدت الخطوط مسار وحركة الزمكان في الملصق.

2 – **الناحية العقائدية**، في كون المصمم قد أعطى من خلال رمز الحرف (X) صفة التوازن والعدالة، وهي صفة الحق والحرية، والتي يوجه المصمم الأمريكي من خلال ملصقه هذا نقداً كبيراً لحكومته وربطها بزمكان الطيار ورفضه ربط توازن الطائرة مع توازن وعدالة القضية.

كما ان الاتجاه جعل من توكيد الزمان يشكل حوارية ومحاكاة للواقع الزماني الحاضر ومن خلال مركز السيادة (الطيار)، وخطابه الموجه وحركته غير مستقرة والقلقة.

ثالثا: الأسس التصميمية:

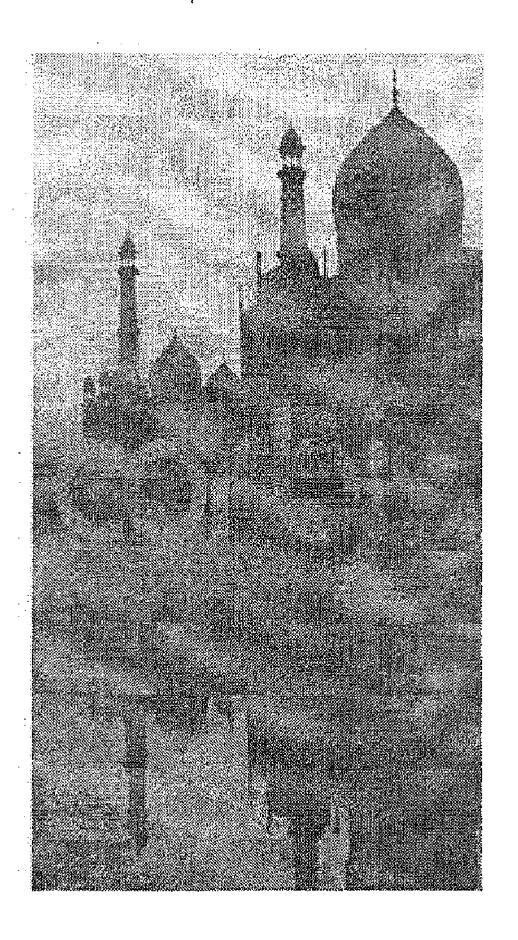
حقق المصمم من خلال تكرار حرف (A) في خطاب مركز السيادة (الطيار)، توكيداً زمانيا يعبر بل ويجسد طبيعة الحالة النفسية والصراع النفسي الذي يعاني منه الطيار في عدم أيمانه بالحرب المفروضة عليه. لاسيما ان الإيقاع التكرار في الخطاب جاء متناغماً مع حركة مركز السيادة فضلاً عن زمانية الخطاب الموجه في الملصق حيث وضعهما المصمم باللون الأحمر ليدعو المتلقي الى الانتباه والتوقف والتأمل في الموقف العقائدي للمصّمم نفسه وانعكاس ذلك على ملصقه كما أعطى التكرار الحروفي أيحاءً بالصوت العالي المنطلق من الطيار وبصيحة عالية. كما وضع المصمم دلالة مكانية من خلال اللونين الأزرق والأحمر ليجعل المكان موجوداً مادياً من خلال علاقة هذين اللونين في تشكيلهما للعلم الأمريكي الوطني. اما الفضاء فقد اتسم بالاتساع وانفتاحه الى جميع الجهات وبلا حدود وغير متناهٍ متماشيا مع الزمان القلق، الزمان غير الثابت نفسياً وعقائدياً في تطبيق مبادئ الحرية والعدالة. مما تقدم فإن الوحدة قد حققت وجود الزمكان وتنوعه من حيث المضمون والعناصر التصميمية.

رابعا: الخصوصية:

تتوجه الخصوصية بشكل مباشر الى مخاطبة الشعب الأمريكي لاسيما القوات المسلحة، في إثبات التداول الخاطئ لمعنى الحرية والعدالة والديمقراطية من خلال استخدام القوة في احتلال العالم من اجل المصالح وليس من اجل المبادئ السامية.

خامسا: الوظائفية:

ان الحرب النفسية واضحة في هذا الملصق السياسي، ومخاطبتها الرأي العام الأمريكي في ان الطيران الحربي يجب ان يبنى على تحقيق مبادى العدل والمساواة والحرية وليس على مبدأ الاغتصاب والاحتلال.



الملصق (16)

الوصف العام:

الملصق في بنيته الشكلية العامة من نهر (يامونا) الواقع في مدينة دلهي الهندية و هو النهر المقدس عند الطائفة الهندوسية، ويقع في شمال هذه المدينة (تاج محل) الشهير ببنائه وطرازه المعماري كما يعد أحد عجائب الدنيا السبع، فضلاً عن الجامع الكبير او المسجد الجامع، وقد جمع المصمم هذه الرموز الحضارية الثلاثة للهند في ملصق واحد رغم تباعدهم البعض عن الآخر جغرافيا. وقد جعل المصمم من المنظر العام للملصق وكأنه زمان شروق الشمس (وقت الفجر). وقد وضع المصمم كلمة (.Corbis) وهي مختصر لأسم شركة سياحية عالمية لها فروع عديدة في شتى أنحاء العالم. ويتكون الملصق من زمكان مترابط قصدي من قبل المصمم عن طريق الرسوم لاسيما الجامع الكبير ومقام تاج محل، وقد قام المصمم بوضع مقام تاج محل في المقدمة، بيد أنه وضع الجامع الكبير بعيدا

عنه مجسّدا ذلك من خلال المنظور في الرسم، كما أخفى المصمم التفاصيل المعمارية والشكلية لمكونات الملصق كافة ضمن قصدية زمكانية تكمن في بناء مشهد زمكاني قريب الى الواقع من خلال زمان شروق الشمس عند الفجر والذي يحجب العديد من التفاصيل من الناحية الطبيعية في التصوير عندما تكون اشعة الشمس مسلطة خلف الأبنية والأشكال الطبيعية الأخرى حيث تنعدم التفاصيل الشكلية الدقيقة للمادة بينما تبقى حدود الشكل واضحة تجسد الشكل وتعطيه هويته وخصوصيته المتعارف عليها.وقد وضع المصمم دراسة لفيزياء الضوء وزمان حركته في هذا الملصق، حيث انعكست تكوينات الأبنية على سطح النهر (نهر يامونا). جسد المصمم قوة المحاكاة مابين زمكان الطبيعة الواقعي وزمكان التصميم ليظهر الملصق بجمالية واقعية او قريبة للواقع. كما ان كلمة (Corbis.) أخذت موقعاً وسطياً كنقطة تلاقٍ مابين الأبنية المعمارية (تاج محل) (المسجد الجامع الكبير)، و النهر (نهر يامونا) ليكون تعبيرا ذا أهداف اتصالية مباشرة تشير الى الشركة السياحية من جهة والزمكان التاريخي والتراثي والفكري والعقائدي من جهة أخرى.

التحليل الفني:

أولا: فكرة الملصق:

تتركز فكرة الملصق في إحاطة المتلقي العالمي بمعالم الهند الحضارية والطبيعية الشهيرة من عمائر، وجوامع، وعقائد تتميز بها هذه الدولة الغنية الموارد وذات الأمد التاريخي الطويل. ولكل من هذه المعالم زمنها و مكانها في الذاكرة وحضورها المتميز لاسيما عند المصمم الهندي المعاصر وهو يعد تصميما لملصق سياحي لبلد، فتاج محل الذي وضعه المصمم ممتدا الى الركن العلوي من الملصق ليروي قصة عن زمان الحب والوفاء، زمان الحضارة التي امتدت على أرض الهند لاسيما ان تاج محل أحد عجائب الدنيا السبع. ويعد هذا المقام (تاج محل) بطرازه المعماري الأسلامي المعروف وقبته البصلية الشكل فضلاً عن مآذنه المتميزة بجمال عمارتها، يعطي تميزاً لهوية زمان تلك العمارة الأسلامية وتميزه عن باقي أمصار الأمبراطورية الإسلامية آنذاك. ويضم هذا المقام، قبران

هما قبر شاه جيهان وقبرزوجها ممتاز محل، حيث بناه عرفانا وحبا ووفاء لزوجته.

((تمتاز المساجد الهندية بمداخلها الكبيرة كأنها أبنية قائمة بذاتها وكأن بعضها شيد على ربوة منبسطة))[1]. ووضع المصمم الى جانب مسجد وضريح او مقام تاج محل والواقع في مدينة أنجرا، المسجد الجامع الكبير والمتكون من ثلاث قباب بصلية ومنارتين كبيرتين على الطراز المعماري الهندي. لقد استخدم المصمم المكان التاريخي بزمانه المعاصر من خلال الأثر القديم ((فالأثر جزء لا يتجزأ من العلاقة، والعلاقة ذاتها أساس الماضي والحاضر والمستقبل، أساس الزمن ومفهومه))[2] كما جعل المصمم من المكان التاريخي والزمان الماضي العريق للمكان ذاته، مجسدا ذلك في تاج محل والمسجد الجامع الكبير، والعلاقة القدسية الزمكانية للإسلام وقدسية المبادئ، وقد ربط المصمم مابين المقدسات الإسلامية من جهة وبين المقدسات الهندوسية من جهة أخرى، وذلك لتوكيده زمكان القدسية الهندوسية التي جسدها المصمم من خلال (نهر يامونا المقدس)، وهو من أهم الأنهار الهندية قدسية، لما يمثله عند طائفة الهندوس التي تعد إحدى مكونات المجتمع الهندي المعاصر، والذين يقومون بطقوسهم الدينية في هذا النهر.لقد ركز المصمم في هذا الملصق على الزمكان التاريخي المقدس والمجتمعين في زمان طبيعي واحد هو زمان شروق الشمس (وقت الفجر)، حيث أظهر المصمم التأثير الزمكاني في العمائر الدينية الإسلامية التي تقصد بجمعها في مكان واحد والنهر المقدس، حيث اتسم التأثير بكونه تأثيراً طبيعياً لضوء الشمس ونواتجه الجمالية على الشكل (الأثر). فالتوليف القصدي الزمكاني في هذا الملصق، هو ماقام به المصمم بعيدا عن واقع تلك الأمكنة، بقصدية ضمن توزيعها في فضاء ملصقه.ان زمكان الملصق ليس واقعياً وغير حقيقي إلا في مخيلة المصمم وإدراكه لأهمية الزمكان. فالنهر بعيداً نسبياً عن موقع تاج محل او المسجد الجامع الكبير في الحقيقة الملموسة زمكانياً، بيد انهما قريبان الى بعضهما ضمن زمكانهم الافتراضي من اجل

(1) حسن – زكي محمد (الدكتور) / فنون الأسلام – مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر – القاهرة ط1 1948 – ص 13..

(2) الرويلي – ميجان / مصدر سابق – ص 63.

الترويج والدعاية وجذب اكثر عدد من السياح نحو الهند عن طريق شركة (Corbis.) العالمية للسياحة.

ثانيا : العناصر التصميمية :

جسد الشكل وجود وحركة الزمكان من حيث المعمار التاريخي كتاج محل والجامع الكبير، مع الأختزال الشكلي لتفاصيلهما الشكلية تبعا لتأثير الزمان وتحولاته الطبيعية فيما يتعلق بتأثير أشعة الشمس على الشكل وتفاصيله التي خضعت في هذا الملصق الى قصدية المصمم. كما عد اللون محدداً زمانياً لوقت الشروق او زمان الفجر، ومايحدثه هذا الزمان من تغيرات طبيعية فيزيائية تؤثر في الشكل واللون وحدود الشكل (المعمار)، اما الأنسجام اللوني الذي يميل الى توكيد زمان الشروق او زمن الفجر، الذي يتمتع بخصائص لونية ترتبط بالزمن، وتجعل من هذا الزمن خصوصية لونيةتميزه عن باقي تحولات ضوء الشمس منذ شروقها حتى غروبها، وما تؤثر به أشعتها من تأثيرات ضوئية ولونية على المباني ومكونات الطبيعة الأخرى. كما ان الفضاء اتسم بالأنفتاح والتوسع الى جميع الجهات باستمرارية حركية نحو الخارج.

اما الاتجاه فيمكن تحديده بحركة اتجاهية الى الأعلى ابتداءً من نقطة القرب الأولى (تاج محل)، نحو نقطة البعد الثانية (الجامع الكبير)، لاسيما المصمم الذي جسد هذه الحركة الأتجاهية من ناحية المنظور.

ثالثا : الأسس التصميمية :

تميز التكرار المعماري في توكيد المكان التاريخي مع التركيز على حضور وفعل هذا المكان كواقع زمكاني مهم يعكس دور الهند الحضاري العالمي، من خلال الملصق السياحي. كما ان مركز السيادة تمثل بأسم الشركة (Corbis.) التي أخذت مساحة كبيرة من الفضاء من خلال كبر حجم الحروف فضلاً عن اتخاذ اسم الشركة مكانا يعمل على تلاقي زمكان التاريخ الماضي والعريق من ناحية، وزمكان العقائد الدينية عند سكان هذه

الدولة ومنهم الهندوس من ناحية أخرى، فضلاً عن قوة الضوء طبيعياً لتكون بمثابة مكان شامل تتكامل فيه مكونات الملصق السياحي. كما تتكامل الوحدة التصميمية وتتنوع وفق الفكرة وطبيعة العناصر التصميمية في الفضاء.

رابعا: الخصوصية:

حدد المصمم من خلال المحاكاة مابين الواقع الزمكاني الطبيعي، والواقع الزمكاني العقائدي والتاريخي، الصورة المحلية لطبيعة الهند وتاريخها وعقائدها وطبيعة مكوناتها الجغرافية.

خامسا: الوظائفية:

تركزت الوظائفية في كونها ادراكية مباشرة في بناء المكان الافتراضي (الملصق)، ذي أهداف واقعية تتعلق بالجوانب الدعائية السياحية في الجذب البصري لأهم مكوناتها الحضارية والطبيعية ليكون ملصقا جامعا عدة أمكنة في مكان واحد شامل، يجعل للشركة السياحية المعلنة دوراً كبيراً في الكشف عن نشاطاتها وتركيزها على ثقافات ومكونات العالم أجمع. والهند تحديدا في هذا الملصق السياحي.



الملصق (17)

الوصف العام:

يتكون الملصق من منظر طبيعي يمثل إحدى بقاع دول امريكا الجنوبية ، بطبيعتها الجغرافية ، وقد وضع المصمم شكلا يمثل طائرة تطير فوق هذه المنطقة ، ونصا ((Fly to South Amerrica by B.O.A.C))، ((سافروا الى أمريكا الجنوبية على متن طائرات الخطوط الجوية الملكية البريطانية)). وقد حققت الرسوم في هذا الملصق بعداً زمكانياً من الناحية الطبيعية وتكشف عن العلاقات البيئية الرابطة مابين تلك العناصر.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

تكون الفكرة في هذا الملصق محددة بعدة مؤشرات او محددات لوجود حركة زمكانية من خلال مايأتي :

1 – **البيئة الطبيعية :** والتي لجأ المصمم الى تصويرها لإظهار الزمكانية من خلالها ، حيث الوقت ، وهو وقت شروق الشمس ، والضوء الطبيعي او الإضاءة الطبيعية ، اما الحضور المكاني فهو متحدد من خلال النص الذي يجعل من المكان انتقاليا ، فالمكان الثابت هو أمريكا الجنوبية ، والمكان المتحول هو الطيران البريطاني من خلال الدعاية عنه.

2 – **الصورة :** حيث تمثل من خلال مكوناتها الطبيعية التي تعكس الدلالات الطبيعية والجغرافية لبيئة امريكا الجنوبية ، تلك البيئة الاستوائية التي يوحي المصمم من خلالها بجو الصيف والإحساس بأصوات حركات سعف النخيل فضلاً عن أصوات تلاطم امواج البحر بالساحل ، حيث يميل المصمم الى تحويل الملصق بصورته الحالية الى ((صورة حسية مائلة للعيان من خلال اللون ، والحركة و الرائحة))[1]. وهي أحدى سمات إظهار معالم الطبيعة Naturalsime.

ثانيا : العناصر التصميمية :

حدد المصمم الفضاء ليجعل من الموضوع أكثر تحديداً زمكانياً من حيث المكون البيئي او الطبيعي ، ليجعل من الموضوع اكثر دقة في التركيز على مكونات هذه الطبيعة (امريكا الجنوبية) ، من متغيرات جغرافية (تضاريس) ، كما أضاف المصمم الى التصميم تجسيدا يقترب من الحقيقية الزمكانية في التعامل مع المنظور والأحساس بالعمق والملمس

(1) مطلك – حيدر لازم / مصدر سابق – ص 72.

ضمن مكونات البيئة فضلاً عن العمق والأتساع الى الداخل من خلال حركة الطائرة البريطانية وهي تجوب سماء هذه المنطقة. كما عبرت الألوان عن البيئة الطبيعية مما جعل من المكان الحالي او المكان المحدد من خلال الفضاء سمة جمالية للطبيعة وتحديد اهم مكونات جماليات هذا المكان للمتلقي وجذب بصره باتجاه المكان. والترويج للسياحة ، والطبيعة بلا شك هي مصدر إلهام وتسجيل زمكاني مهم. اما الاتجاه فيكمن وجوده من خلال حركة الطائرة الى الأمام مع استمرارية حركية متواصلة غير مرئية قطعت حركتها بسبب تأطير الفضاء العام للملصق.

ثالثا : الأسس التصميمية :

لقد حقق المصمم التوازن مع التناسب والمنظور داخل المكان الشامل (امريكا الجنوبية)، كما شكل المصمم من الطائرة كمركز سيادي حركي يكشف مكنونات المكان ويعطي دور المكان جماليا من حيث طبيعة البيئة الطبيعية وجمال دلالاتها. كما يعطي من الطبيعة وتنوعها أثرا كبيراً في تكامل الوحدة التصميمية وتنوعها بما ينسجم مع الموضوع والفكرة.

رابعا : الخصوصية :

ان لكل بيئة خصوصيتها وملامحها وجمال طبيعتها، وقد قام المصمم من خلال اقتطاع المكان لإبراز جمالية ذلك المكان من حيث مكونات البيئة ، فضلاً عن جعل المكان يحاكي ذاتية المصمم ومرجعياته وانتماءه القومي والسياسي ، في تعامله مع البيئة وتصويرها ضمن ملصقاته. لذلك فأن ((لكل بيئة مكانية خصائصها الطبيعية المناخية والجيولوجية والإركيولوجية والأنثروبولوجية ، وباختصار لها ذاتيتها الجغرافية كما ان لها ذاتيتها التأريخية ، وقد تكون تلك الحقائق قوى كامنه لم تستقل بعد ، كما قد تكون في حد ذاتها امكانيات غير محدودة وهي عموما تعطي الذاتية الشخصية من جهة وتحقيق الأحترام والانتماء من جهة أخرى لسكان هذه البيئة المكانية بما يتلاءم مع أحتياجات الفرد والمجتمع. وهذه الخصائص تعطي لمكانية معينة تفردها وتميزها بين سائر المناطق))[1].

(1) المحادين – عبد الحميد / مصدر سابق – ص 25.

خامسا : الوظائفية :

تتعلق الوظائفية مباشرة بالجانب الدعائي السياحي ، سواء كان لأحدى دول امريكا الجنوبية وطبيعتها من جهة ولشركة الخطوط الجوية الملكية البريطانية من جهة أخرى ، ويمكن الأحساس بأهمية الزمكان من خلال اللون ، الحركة ، العوامل الطبيعية البيئية المثيرة ضمن الملصق الدعائي السياحي هذا.



الملصق (18)

الوصف العام:

وضع المصمم في هذا الملصق شكلاً يمثل رمزاً من رموز الحضارة الفرعونية القديمة او ما اصطلح على تسميتها (بحضارة وادي النيل)، ويعد هذا الرمز وهو تمثال أبي الهول* رمزا دينياً. ولم يكن أبو الهول إلها، بل كان حارسا على المعابد، وهو منحوت من الصخر، ويبلغ حجمه درجة كبيرة من الضخامة بحيث اقيم بين مخالبه معبد كبير و واسع، ويقع تمثال ابي الهول الى جوار الأهرامات المصرية في منطقة الجيزة بمصر. وقد وضع المصمم نصاً ركز به على عبارة ((مصر))، ((EGYPT for winter sunshine)) ((مصر عند شروق شمس الشتاء)) وكأن المراد التعبير عنه في ان السياحة في مصر تكون ملائمة جو مشمس شتاءً. وقد وضع المصمم الرمز التاريخي المصري (أبو الهول)، كما قام

* أبو الهول هو إله الشمس، يمثل رأس أنسان يلبس غطاء رأس فرعوني. وفي الألف الثالث قبل الميلاد قام شيفرين بالأيعاز الى رجاله لنحت أبو الهول في الجيزة وطوله 24. قدما ويواجه الشمس المشرقة. وهو حامي الأهرامات ويمزق أعداء (رع) وتقول الأسطورة ان أبو الهول وعد طوطميس الرابع بأنه سيعتلي العرش في عام 1425- 1412 ق.م بعد ان أزال الرمال من مخالب أبو الهول. اما الأسطورة الأغريقية فتصوره كوحش مع وجه وثديي أمراة وجسم أسد وأجنحة وان هيرا ألهة الأرض أرسلته ليهدد مدينة طيبة وكان أبو الهول يحرس مراعلى حافة جبل على البحر ويسأل كل عابر أحجية وعندما أعطى الملك أوديب الجواب الصحيح رمى أبو الهول نفسه من القمة وسقط في البحر. ينظر: آرثر كورتل / قاموس أساطير العالم – ترجمة سهى الطريحي – المؤسسة العربية للدراسات والنشر – بيروت – 1993 - ص 44.

باختزال الصورة الحقيقية لشكل ابي الهول الى شكل يحمل صفات هذا الرمز الشكلية ليجعل من هذا الرمز توكيدا للمكان وبتقنيات إظهارية متطورة تتلاءم مع الزمان المعاصر وتطور التقنيات التنفيذية الحديثة، كما جعل من النص تجسيدا لحركة الزمكان المتأصل مابين الماضي والحاضر، ومابين التاريخ القديم وتجسيد رموز هذا التاريخ بمعاصرة وحداثوية تنفيذية.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق:

يتوجه المصمم الى توكيد وجود المكان التاريخي وانبعاث ذلك المكان حضاريا من خلال السمات الفكرية والحضارية والإنسانية لرموز الحضارة المصرية القديمة، التي تعد أحدى أهم الحضارات الإنسانية على وجه الأرض قديما. فضلا عن ارتباط المكان التاريخي والحضاري الثابت في خصائصه الجمالية والفكرية مع زمانه سواء كان زمان الحضارة (حضارة وادي النيل القديمة)، او الزمان المعاصر او الحاضر في القيم الثابتة لهذا التمثال بوصفه رمزاً حضارياً كبيراً ومشهوراً، والتي يتألق فيها زمانان، زمان ماضٍ وذلك في التجلي والأنبهار بالقدرة التقنية العالية لزمان الفنان المصري القديم الذي بناه في هذه الهيئة الضخمة العظيمة. بحيث أصبح مزارا سياحيا وتاريخيا كبيرا، بيد أن المصمم قام ببناء زمان حاضر معاصر في الهيئة والشكل الظاهري لأبي الهول، وذلك من خلال وسائل التقنيات الحديثة وباختزال شكلي للعديد من التفاصيل الحقيقية للتمثال.

كما أراد المصمم ان يجعل من الزمان أكثر تألقا وانبعاثا حضاريا، يتواءم مع المكان التاريخي بوصفه رمزاً حضارياً أصيلاً. حيث تجلت روعة الزمان وجماليته في انتخاب المصمم لزمان معين محدد، هو زمان شروق الشمس، وليس أي زمان بل هو زمان الشتاء. فالمصمم كان في هذا الملصق أكثر دقة في مشاعره الذاتية، فالصورة وماتحمله من رمز مؤثر، يحمل ملامح المكان مهما تغير الزمان.

ثانيا : العناصر التصميمية :

استخدم المصمم الألوان استخداماً أبداعياً لإبراز وتحديد نقطة تسليط الضوء وانعكاس ذلك الضوء على الرمز الحضاري (ابو الهول)، الذي يعد مركز السيادة في هذا الملصق. كما اتسمت الألوان بانسجامها بما يتواءم مع الزمان والمكان من خلال الفكرة وتأويلها لاسيما ما تنشئه القيم الضوئية من ضوء وظل، وتأثيرات تطرأ على الشكل كما ربط المصمم مابين القيم الضوئية واللونية والرمز التاريخي (ابو الهول)، من اجل توكيد الزمان، حيث عدّ المصمم الزمان وسيلة تعبيرية إظهارية مباشرة تطرأ على المكان التاريخي من خلال الضوء والظل وتغيرات الألوان وفق هاذين المتغيرين. من اجل التعبير والدلالة من خلال أضاءة الزمان (شروق الشمس شتاءً) للبعد المكاني الحضاري (ابو الهول) فضلاً عن كون تقنيات الإظهار التي استخدمها المصمم عن طريق الاختزال الشكلي ساهمت في بناء مكان تاريخي بهيئة معاصرة وبزمان محدد (بشروق الشمس شتاء)، فقد أضاف المصمم بهجة وأحساس بالتألق في تسليط الضوء (أشعة الشمس) على الرمز التاريخي المعاصر (المختزل التفاصيل). وقد جعل المصمم من الاتجاه وسيلة تحديد لزمان الحدث او زمان تحول الشكل، ويمكن إدراك اتجاه الضوء القادم من الجهة العليا او الزاوية العليا في الملصق بتسليط ضوئي مباشر على المكان.

ثالثا : الأسس التصميمية :

يعد مركز السيادة (ابو الهول) كحضور للزمكان الحضاري القديم وبتقنيات تنفيذية معاصرة فضلا عن تنوع الوحدة التصميمية بما ينسجم مع الفكرة والمضمون التاريخي والفكري. كما ان التوازن متحقق من خلال كبر حجم مركز السيادة (ابو الهول) حيث يشغل معظم الفضاء لاسيما وسط الفضاء بشكل متوازن موضوعياً وشكلياً.

رابعا: الخصوصية:

ارتبط الزمان والمكان معا في هذا الملصق لإبراز صفة الخصوصية والانتماء الى التاريخ والأصول مع التجدد الزمكاني من خلال تقنيات الإظهار.

خامسا: الوظائفية:

تعد الوظائفية إعلامية دعائية الهدف، منها الكشف عن القدرة الزمكانية في إبراز أصالة الماضي بمعاصرة الحاضر من خلال التنوع التقني في وسائل التنفيذ الحديثة.



الملصق (19)

الوصف العام:

يتكون الملصق من بناء معماري شبيه بالبرج وهذا البناء في حقيقته الجزء العلوي من بناء مؤلف من ثلاثة طوابق يمثل معبد هوريوجي، وهو أقدم مبنى خشبي في العالم[1]، الشكل (43)، وقد وضع المصمم كلمة (JAPAN) (اليابان) ليجعل الموضوع أكثر أنتماءً وتحديداً. وقد جسد هذا المعبد وجود المكان التاريخي وتألقه في فضاء الملصق، والمنبعث حضارياً لما يحمله من سمات سبق ذكرها، فضلاً عن كلمة (اليابان) التي استخدمها المصمم كدلالة على المكان الشامل الكامل الذي يحوي المكونات الحضارية كافة في الزمان ضمن هذا الملصق.

(1) تازاوا – يوتاكا وآخرون / التاريخ الثقافي لليابان – وزارة الخارجية اليابانية – طوكيو ط1 1987 – ص 27.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق:

يعتمد المصمم في هذا الملصق على إبراز المكان القديم، والزمان الماضي من خلال البناء المعماري وخصوصيته الشكلية التي تميز اليابان، كما قام المصمم بتوكيد الحضور الزمكاني من خلال المعمار لاسيما العمارة اليابانية القديمة، و العمارة بوصفها حدثا يحقق حضوراً بارزاً عبر الزمان والمكان وذلك سعيا نحو تحقيق خلود ولازمنية في مكونات الشكل من خلال الرابط العلاقاتي مابين الشكل المعماري والبيئة والمعتقد.

وقد يكون اللازمن هو الخلود الحقيقي للأثر المعماري أي ان الزمن راسخ في مخيلة المصمم من الناحية العقائدية والمرجعيات فالزمن هو الذي يحدد قيم المعمار، الآثار. .الخ، وهذا ماجسده المصمم في إبراز الجزء المميز في هذا المعبد القديم والمعروف بريازته المتميزة وبنائه الخشبي. ((ان الحضور المكاني للعمارة بعلاقة مع الفعاليات الإنسانية المختلفة التي تمارس خلاله، والتي تولد أنظمة حضارية وثقافية وهذه الأنظمة لها أبعاد اجتماعية وسياسية وتاريخية ودينية واقتصادية))[1] لاسيما ان المصمم الذي جعل من رسوم الملصق تتسم بالشفافية اللونية التي يتميز بها الفن الياباني لاسيما اللون الوردي وتدرجاته، وكما هو متداول فإنّ اليابان دولة دينها البوذية ونبيهم بوذا، الذي تبنى له المعابد الخاصة في معتقداتهم الدينية والحياتية، وانعكاسها أخيراً على ثقافاتهم وأنجازاتهم الحضارية فضلاً عن تمتع البناء المعماري الياباني بخصوصية معمارية زمكانية تميزه عن غيره من الأبنية المعمارية العالمية الأخرى بفعل التحول الزمكاني للبيئة والمعتقد والسياسة والتاريخ والبنية الأجتماعية.

(1) طاهر – أسماء نيازي / مصدر سابق – ص 94.

ثانيا : العناصر التصميمية :

تميزت الألوان بالأنسجام بما يتواءم مع خصوصيته البيئية الجمالية كما يعد اللون بوصفه عنصرا مهماً في هذا الملصق بتوكيده للزمكان، وكما يأتي :

1 – الخصوصية في اللون أو الهوية أو طبيعة البيئة من خلال اللون، وهو زمكان متميز في كافة الأعمال الفنية اليابانية لاسيما الرسم والمطبوعات، حيث تتسم هذه الألوان بانسجامها وشفافيتها، وخلاصة ذلك فإن أساليب التنفيذ اللوني هذه تعد أحدى سمات ومميزات الفن الياباني المعاصر.

2 – الاستخدام الواسع لتدرجات اللون الأحمر والوردي والبنفسجي (الأرجواني) مع الشفافية، فاللون البنفسجي يمثل زمان الحب الهادئ وزمان الحكمة، اما الوردي فيمثل زمان الراحة وزمان التأمل، فالتأثير النفسي والدلالي للون في هذا الملصق يجسد الفعل الزمكاني من خلال الفعل ورد الفعل فيما يتعلق بالجوانب المختلفة كالمعتقد والسياسة والحياة الاجتماعية لاسيما ان ذلك يعد ارتباطا بزمكان نفسي (سايكولوجي) بقدر مايتعلق ذلك الأمر من الناحية الذهنية الذاتية للمصمم من جهة و المحيط البيئي من جهة أخرى، والهدف والوظيفة بالنسبة للمتلقي. ((ان تعدد الألوان الذي أعتبر في أزمان معينة مساعداً مهماً وضرورياً بالفن المعماري نجده أحيانا قد امتد استعماله ليؤكد كل الخطوط الفاصلة للأسطح او لتغليف الكتل الأساسية للبناء وتقوية تأثيرها وإعطائها قيمة أكبر، مما ينتج عنه نجاح التعبير))[1] وهذا ما يجعل من اللون قدرة زمكانية لتحديد المنشأ، المكان، الزمان، وإضفاء هوية وخصوصية واضحة لكل معمار، فالمعمار الياباني يختلف عن المعمار الروسي او الهندي او العربي وهكذا.

---

(1) يحى حمودة / مصدر سابق – ص 12.

اما الشكل المعماري وهو جزء من بناء المعبد الياباني الشهير فقد عد رمزاً زمكانياً لما يحمله من شكل متميز تقصد المصمم في وضعه في هذا الملصق تميزه عن باقي أجزاء البناء الكامل ليجعل منه أكثر توكيدا للهوية والخصوصية فضلا عن القيم اللونية التي تميزت بالتدرج والأنسجام تبعا لحركة الضوء وإتجاهه وهي الشمس كعنصر واهب للضوء.

ثالثا : الأسس التصميمية :

يساهم الإيقاع المصاحب لتكرار الطبقات الثلاث للبناء داخل الملصق، في إبراز الجمالية والتقنية التنفيذية العالية في الزمان والمكان كماضٍ للشعب الياباني وتطوره العمراني والحضاري المعاصر.

جعل المصمم من البناء المعماري ذي الطبقات الثلاث مركزاً سيادياً يعكس الواقع الزمكاني الماضي والمعاصر معا والتركيز عليه بضوء الشمس ونواتج ذلك الضوء على اللون والشكل في الملصق فضلاً عن تحديد المصمم للفضاء بإطار ليؤطر ويحدد الزمكان ويجعل منه اكثر أهمية في توجيه الفكرة للمتلقي.

رابعا : الخصوصية :

عُدّ الملصق توكيدا للخصوصية والهوية اليابانية المتألقة مابين الماضي نحو الحاضر فالمستقبل ومكان له من القدسية رسوخاً في ذهنية وسلوك المصمم الياباني المعاصر.

خامسا : الوظائفية :

اتسمت الوظائفية بتوجهها نحو تسليط الضوء على حركة الزمكان المرتبط بالتاريخ والمعتقد وما يشكله هاذان العاملان من قوة ضاغطة على فكر وأداء المصمم وبنائه لفكرته وتنفيذه لملصقه السياحي والثقافي.



الملصق (20)

الوصف العام:

يتكون الملصق من صورة تمثل الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش وهو يرتدي الملابس العسكرية ويحمل البندقية وعلى رأسه خوذة قتالية، وهو في حالة استعداد للمواجهة والقتال ويركض بسرعة، بينما وضع المصمم خلفه الكرة الأرضية، فضلاً عن تحديد بعض الكلمات بمساحات لونية، فوضع كلمة (SYRIA) (سوريا) في مستطيل أحمر، وكلمة (IRAN) (ايران) في مستطيل أزرق، وكلمة (NORTH KOREA) (كوريا الشمالية) بحروف سود فوق أرضية مستطيلة بيضاء، فضلا عن مستطيل أسود كبير الى الجانب الأسفل من الملصق كتب عليه عبارة (من سيكون مستقبلا). وقد وضع المصمم نصاً على الجانب السفلي المقابل يقول فيه ((الأمريكيون يحبونني عندما أهاجم وأضرب الغرباء على قفاهم)). كما ان مكونات الملصق من رسوم ونصوص وكلمات، اجتمعت جميعها في توكيد حركة الزمكان وتأثيراته في الرأي العام الأمريكي من خلال الترابط العلاقاتي مابين هذه المكونات مع بعضها البعض لتؤدي دورا في توجيه الحرب النفسية من

قبل الولايات المتحدة الى شعوب العالم، فالزمان يمثل بنية الوجود من خلال السرد الموجه عن طريق الخطاب ولغته الهجومية وصياغة ذلك الخطاب تحت قوة تعدد الزمان والمكان.

التحليل الفني:

أولا: فكرة الملصق:

تعمد المصمم الأمريكي الى الكشف عن التحولات السياسية التي ينتهجها البيت الأبيض الأمريكي، من خلال شخصية الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش لاسيما بعد احتلال العراق في 9 /2/4. . 3 أحتلالاً عسكرياً من أجل مصالح خاصة خاصة للولايات المتحدة الأمريكية والسيطرة على الشرق الأوسط وموارده، ولعل الولايات المتحدة تعد دولاً أخرى بمثابة الدول الراعية للإرهاب بعد العراق في منظور الرئيس الأمريكي، ومن هذه الدول تأتي إيران وسوريا وكوريا الشمالية كدول أرهابية، وهو الواقع الزمكاني الحالي او المعاصر ضمن التفكير السياسي الأمريكي اتجاه الشرق الوسط من ناحية خاصة، وكوريا الشمالية من ناحية أخرى.

والزمكان في هذا الملصق يختلف تبعا لخطاب الفكرة الموجهة من خلال الرسوم والنصوص، ويقسم الزمان في هذا الملصق على ثلاثة أقسام وكما يأتي:

1 — الزمان الحاضر: ويدخل ضمن إطار الحرب النفسية، وتعبئة الجيش وتهيئته من خلال مخاطبة الرأي العام الأمريكي بخاصة والعالمي عامة في تجسيم وتأويل الخطر الكبير لهذه الدول الثلاث على مصالح الولايات المتحدة، وبذريعة الإرهاب، والإرهاب هو الزمان الدعائي او الزمان الموجه للحرب النفسية الأمريكية والتوجهات السياسية الأمريكية المعاصرة. وقد جعل المصمم من الزمان الحاضر زمانا آنيا من خلال الحركة الآنية لمركز السيادة (الرئيس الأمريكي)، الذي تبدو ملامح وجهه مجسدة آنية الزمن، وكأن هناك إيهاماً بوجود صوت المدافع وصيحات الجنود وهم يشتبكون في القتال، وقد جعل

المصمم من حركة الرئيس الأمريكي متأهبا للأشتباك والمضي نحو الحرب.

2 – زمان المستقبل: الذي يمكن تحديده في الملصق من خلال الكلمات المحاطة بالمستطيلات الملونة (وهي إيران وسوريا وكوريا الشمالية) وماذا سيكون بعد هذا كله؟ ، وهو سؤال مطروح من قبل المصمم ليؤكد ان الحرب النفسية فاعلة ومؤثرة في جزأين : -

أ – مركز السيادة (الرئيس الأمريكي)، وهو يخوض الحرب كرمز للجيش الأمريكي والوجود الأمريكي السياسي والعسكري.

ب – الدول التي سوف تهاجمها الولايات المتحدة مستقبلاً (وقد تكون بعد اعادة أنتخاب الرئيس مرة ثانية). وبمعنى آخر ان العالم سيصبح في قبضة السياسة الأمريكية في إشارة الى وضع المصمم للكرة الأرضية.

3 – الزمان الماضي: ويكمن وجوده من خلال تحليل لغة الخطاب الموجه في النص اسفل الملصق، الذي يعبر عن وجهة الشعب الأمريكي والرأي العام الأمريكي المعروف باضطهاده لدول العالم التي تعارض سياساتها ولا تتماشى مع منهجها، لتؤكد زمن الجريمة والقتل والأغتصاب في فيتنام واليابان وبناما و العراق و افغانستان وغيرها، وهو زمان الأحتلال التاريخي.

ثانيا: العناصر التصميمية:

يلعب الأنسجام اللوني الذي يعطي حدودا نفسية لحركة الزمكان وتأثيراته في المتلقي بوصفه عنصراً مهماً يتأثر بالحرب النفسية من خلال توجيه الفكرة المطروحة في هذا الملصق، وهي زمان الحرب والأحتلال.فللون دور كبير في تحديد أولويات حركة الزمكان فقد جعل المصمم المستطيل الأحمر يحتوي كلمة (سوريا)، لأن الأحمر يرمز الى زمان الخطر، زمان القسوة، زمان الاشتعال والنار، وكأن المصمم أراد إعطاء أسبقية لسوريا في عدها الدولة الأكثر خطرا على الولايات المتحدة، بيد أنّ المصمم قد وضع لوناً أزرق، وهو أقل هدوءاً من اللون الأحمر، في كلمة (إيران)، فضلاً عن وضعه كلمة (كوريا

الشمالية) بقيمة سوداء متضادة مع الأرضية البيضاء، لإبرازها. وقد تكون الأهمية الثانية او الهدف الثاني بعد (سوريا) في حربها المستقبلية، فكوريا الشمالية، فايران، كما أضاف المصمم محيطاً وجواً لونياً يوحي بزمان الحرب واندلاعها، ويعكس التأثرية النفسية والصراع الذاتي للمصمم مع الواقع الزمكاني الحاضر لاسيما بعد احتلال العراق، وماسوف يكون مستقبلا من تصورات زمكانية مستقبلية في السياسة الأمريكية مابعد الأنتخابات الرئاسية.كما جسد المصمم الصراع النفسي ودراما حركة الصراع، من خلال الهجوم في حركة وسرعة الرئيس الأمريكي (مركز السيادة) وهو يركض مسرعا في الحرب، وكأن الزمان قد أصبح ينمو ويتحول من الآنية الواقعية التصورية (في مخيلة المصمم وتنبؤاته المستقبلية)، نحو حركة زمكانية واقعية مستقبلية.فالمصمم في حالة نفسية تتراوح قمة محاكاتها وصراعها، في العلاقة مابين الواقع الزمكاني المحيط بالحدث، والواقع الزمكاني التصوري المستقبلي، لذلك فإن المصمم أراد ان يجعل من الزمكان لغة وحربا نفسية وخطاباً يروج له ويؤوله القادة الأمركيون لمصالحهم السياسية والأقتصادية.

تنوع الاتجاه زمكانياً في هذا الملصق من خلال مايأتي:

1 – الأتجاه الأول: اتجاه الحركة بسرعة فائقة، والتي يمثلها الرئيس الأمريكي (مركز السيادة). فالزمان يسير بحركة سريعة متقدمة باتجاه المتلقي (الى الأمام)، الى الدول التي وعد الرئيس الأمريكي بضربها وتركيعها لسياسته (ضمن الأفتراض الزمكاني المستقبلي) الغير واقعي آنيا.

2 – الأتجاه الدوراني: هذا الاتجاه اتسم بالدوران الإيهامي لحركة الكرة الأرضية، التي تدور خلف مركز السيادة في حركة زمانية متعاقبة ذات أيقاع يرتبط بزمان الحرب والاحتلال والاستبداد. كما يجعل المصمم يؤسس نوعاً من العلاقة الزمكانية مابين حركة الكرة الأرضية إتجاهياً وحركة الرئيس الأمريكي، لتعطي واقعاً حقيقياً يعطي تصورا ان قضية الهجوم ما هي إلا مسألة زمان قلق غير ثابت (نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية) كي يتحول هذا الزمان الافتراضي الى واقع او بالعكس.

ثالثا: الأسس التصميمية:

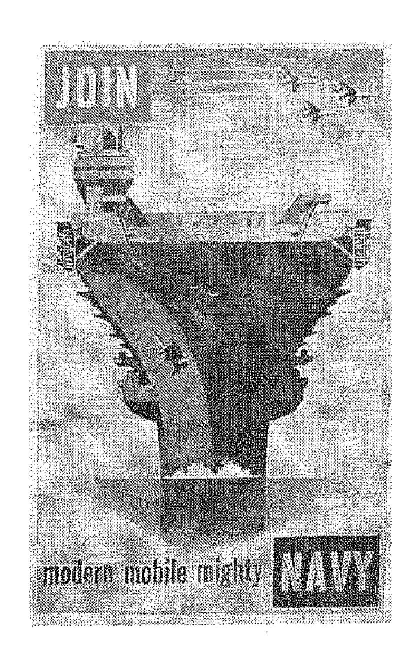
يعد مركز السيادة (الرئيس الأمريكي)، نقطة تحول وتطور كبيرة لحركة الزمكان من الماضي نحو الحاضر فالمستقبل، في اتجاه يميل الى السرعة من أجل الوصول الى الهدف الأفتراضي. اما الفضاء فقد اتسم بالأتساع الزمكاني ليشمل العالم او اللاحدود او اللاتناهي، ضمن الدول الثلاث تحديدا، تكاملت مكونات الملصق كافة في وحدة واحدة، لتعطي دوراً للزمان باختلاف معانيه الأفتراضية، والمكان بتنوعه وتعدده، وكأن الملصق يمثل وحدة موضوعية سردية من الأحداث القائمة على افتراض مستقبلي للزمكان وصراعه النفسي من خلال شخصية الرئيس الأمريكي، وما بين الدول الرافضة لسياساته.

رابعا: الخصوصية:

يعطي الملصق الحالي خصوصية زمكانية للسياسة الأمريكية المعاصر وفق التصورات المستقبلية (افتراضيا)، في مواجهتها للمشكلات السياسية من قبل بعض دول العالم الرافضة لسياستها. فالخصوصية تنتقل من التشخيصية الى العمومية في معالجة المشكلات الخارجية السياسية لأمريكا اتجاه تلك الدول.

خامسا: الوظائفية:

تتركز الوظائفية بإدراكيتها لواقع الزمكان من خلال السرد والخطاب الموجه والحرب النفسية في بناء تصورات مستقبلية تمثلت بشخص الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش، ودوره وعلاقته بالسياسة الخارجية لبلاده، والكشف عن مايدور في خطاب الأمريكيين سياسياً وتحريض رئيسهم على غزو واستهداف هذه الدول من خلال النص الموجه في الملصق السياسي هذا لاسيما من خلال الرسوم ايضا.



الملصق (21)

الوصف العام:

يتألف التصميم من شكل فرقاطة أمريكية عسكرية كبيرة او ماتسمى بحاملة الطائرات، والتي يستخدمها الجيش الأمريكي في معاركه وهي تقف في وسط البحر يتكون الملصق من فضاء مفتوح ومتوسع من خلال السفينة الحربية من الأمام والطائرات التي تحلق فوقها ويعطي الملصق بكامل مفرداته زمننا تتصارع فيه المفردات صباحا، من خلال السماء الزرقاء وهي وقت الأشراق او وقت الصباح، كما تعطي الظلال في شكل السفينة نوعا من الأحساس بزمن الضوء خلال الصباح.

التحليل الفني:

اولا: فكرة الملصق:

تتوجه فكرة الملصق بتجسيد لزمن آني بلغة الخطاب الموجه من خلال النص والذي يقول ((JOIN modern mobile mighty NAVY)) وترجمتها ((أنظم او تطوع في البحرية المتحركة العظيمة الحديثة)) اما (NAVY) وهي مختصر العبارات المتقدمة. اما

المكان فهو حاضر هو الآخر في هذا الملصق وتكوين فكرته حيث حاول المصمم من خلال ضخامة هذه السفينة او الفرقاطة البحرية وبشكل يجعل من الملصق احساسا بالأرتفاع او العلو من خلال شكل مقدمة السفينة او الفرقاطة ، فالعلو ((عبارة عن وصف للمكان والعلو نسبتان : علو مكان وعلو مكانه ، كعلو مكان البيت او المعبد وكعلو مكانة الآله الأكبر))[1]فالمصمم هنا قد ربط مابين حجم السفينة وعلوها في بيان دور المكان وقوة تأثيره ، كما جعل المصمم عبارة (JOIN) وهي كخطاب زماني آني موجه من خلال فكرة تطوع او التحق في الخدمة العسكرية وقد أكد ذلك الخطاب الزماني الآني من خلال حصر الكلمة بمستطيل أحمر لشد وجذب الأنتباه.

ثانياً: العناصر التصميمية :

الزمكانية متحققة من خلال اللون ، فالزمن هو وقت الصباح من خلال لون الفضاء الأزرق كما ان حجم الخط في العبارات الموجودة في الملصق تكاد تكون واضحة في تحديد الزمن الخطابي الموجه من خلال الدعوة الى الألتحاق بالقوة البحرية ، فضلا عن ان الأتجاه متحدد من خلال حركة الطائرات التي تغادر خارج فضاء التصميم أيهاميا لتجعل من الزمن متسعا من خلال الحركة الفائقة لتلك الطائرات النفاثة من أثر وراءها بينما يتميز مركز السيادة (السفينة) بالسكون والهدوء أي أنعدام الحركة ، فالحجم يتجسد زمكانيا في كبر مركز السيادة (السفينة) التي هي مركز المكان ، ويرتبط علو المكان بعلو المكانه ((وهذا النعت المكاني يقابله جوهر مكاني من حيث أصل المكان كدلالة مركوزة في كيفية توجه المكان نفسه الى الجهات الأربع كمصدر مكاني كوني ومركز مكاني زماني))[2] ، فالحجم يتصل بعلو مركز السيادة (السفينة) ، كما يمكن الأستدلال عن الزمان من خلال القيم اللونية ، وهذا مايبدو واضحا من خلال اللون الأزرق ، لون مياه البحر التي أخذت شكل السفينة وأسفلها ، يتدرج بعدها الى ان يصل لون الفضاء ، حيث أعطى المصمم أحساسا بالزمان من خلال الظلال وتباين القيم اللونية في الملصق.

---

(1) عباس عبد جاسم / أصل المكان في أسطورة الأصل — الموقف الثقافي – العدد 13 – 1998 ص 132

(2) المصدر نفسه – ص132

ثالثاً: الأسس التصميمية:

الزمان والمكان متحققان من خلال التباين في الأتجاه، حيث ان مركز السيادة (السفينة)، بأتجاه أمامي ساكن ويتميز الزمن أو زمنها بالسكون، أما الطائرات التي تتجه الى جهة معينة، تعطي أحساسا بالمنظور من خلال التباين مابين حجمها وحجم السفينة مما يعطي أيحاءا لدى المتلقي بالأحساس بالعمق الفضائي داخل الملصق وأحساسا بالزمان المتسع من خلال حركة وحجوم الطائرات. أن وحدة العمل بأكمله تساهم في تحقيق الزمكانية من خلال مركز السيادة (السفينة) ومايحيطها من فضاء. لاسيما ما يطرحه خطابها من عبارات موجهه، كما يمثل مركز السيادة (السفينة) بما نسميه (المكان الأصلي او الحقيقي) بمعنى آخر من خلال الحجم والأرتفاع وملىء الفراغ، كما يمكن الأحساس بالزمان من خلال تناسب العمل الفني نفسه لاسيما النسبة مابين مركز السيادة (السفينة) والطائرات وباقي فضاء الملصق، فضلا عن توزيع المساحات الكتابية في الملصق.

رابعاً: الخصوصية:

الخصوصية متحققة من خلال شكل السفينة العسكرية او الحربية والتي هي أحدى السفن الحربية الأمريكية (حاملة الطائرات) مع الأتساق الواضح مابين العبارات الموجهه ووحدات العمل الفني الأخرى

خامساً: الوظائفية:

الوظائفية الزمكانية مباشرة من خلال لغة الخطاب وهي (تطوع) وباللون الأحمر لأرتباطه بطول موجي عالي لجذب الأنتباه الى الفكرة التصميمية والمتعلقة بوظيفة تعبوية عسكرية من اجل تطوع الجنود في سلاح مشاة البحرية الأمريكية الحديثة.



الملصق (22)

الوصف العام:

يتكون التصميم العام للملصق من مقتطع لمدينة لندن وهذا المقتطع يحوي ساعة (Big ben) البريطانية الشهيرة مع عبارة (LONDON) في أعلى الملصق. و يمكن الأستدلال عن وجود الزمان والمكان في الملصق من خلال الصورة والكتابة ، فالصورة هي أقتطاع جزئي من مدينة لندن وهي (كرنيتش) من خلال ساعتها المشهورة ، ليلا كما ويمكن الأستدلال عن المكان من خلال الكتابة وعبارة (LONDON) أعلى الملصق.

التحليل الفني:

أولاً: فكرة الملصق:

تعد فكرة الملصق متجسدة زمكانيا بشكل مباشر من خلال صورة لساعة بكين الشهيرة (دلالة مكانية) وفي وقت الليل (دلالة زمانية) من خلال السماء الزرقاء الغامقة من شدة الليل والمصابيح المضيئة حول الساعة داخل مدينة لندن كما تميزت الساعة بالوضوح من خلال قيمتها الضوئية المثيرة والمتميزة. وكأن الفكرة متعلقة بأهمية هذه الساعة وبنائها المعماري ومكانتها عالميا.

ثانياً: العناصر التصميمية:

يمكن الأستدلال عن المكان من خلال مركز السيادة (الساعة) والتي ترمز الى ساعة بكبن الشهيرة، فالشكل العام المختزل في بعض تفاصيله يوحي بما لايقبل الشك عن المكان. فالحد المكاني (الساعة) والحد الزماني (الساعة التاسعة والنصف ليلا) كما تشير اليها عقارب الساعة نفسها، فلايمكن ((تخيل زمان يخلو من مكان لأن الزمان تتال في الحركة، فزمن الساعة مرتبط بحركة عقاربها وزمن اليوم مرتبط بحركة الشمس . . . وهكذا))[1] كما ان الشكل (الساعة) قد تألق من خلال زمانية اللون، وهي وقت الليل مما أضاف الى الشكل رونقا وتألقا (مركز السيادة) ولأن الزمان هنا يضيف الى المكان ألقا وشموخا. اما الخط فقد أكسبه المصمم ألقا مضيئا من خلال الظلام (الليل) ليجعل من القيم اللونية فعلا زمكانيا متميزا من خلال المنظور، والتراكب الذي أخذ نوعا من التسطيح المجرد مع النقاط المضيئة كدلاله واضحة للضوء في المدينة أثناء الليل، وقد تعاضدت كل هذه الأسباب من أجل أظهار أهمية مركز السيادة (الدلاله المكانية) وهي الساعة، أثناء الليل فضلا عن تجسيد المكان من خلال حجم مركز السيادة داخل الملصق.

ثالثاً: الأسس التصميمية:

يساهم التباين كونه تضادا لونيا مابين القيم اللونية السوداء والقيم اللونية المرتبطة بمركز السيادة، لأن الشكل الحالي للضوء المتسلط مباشرة على مركز السيادة (الساعة) يعطي صفة لزمن محدد وذلك لأرتباط تصميم الساعة ارتباطا بيئيا بالبناء او التكوين المعماري للمدينة وهذا مايجسده الحجم من حيث أهمية مركز السيادة (الساعة) وهي المحور الرئيسي في الملصق، وكأن المصمم قد فعل كافة العوامل من زمان ومكان في بيان أهمية هذه الساعة الشهيرة والتي بنيت في الماضي ليضيف اليها ألقا في الحاضر، ((فالزمان الذي هو لامتناه ليس هو موجودا بالفعل وأنما هو ماض قد أنقضى ومستقبل آت، وكلاهما له

(1) لؤي علي خليل / المكان في قصص وليد أخلاصي – عالم الفكر – المجلد الخامس والعشرون – العدد الرابع –1997 – ص247

الوجود بالقوة وأما الآن فهو حد لهما يصل بينهما))[1]، لاسيما يتحقق ذلك من خلال النسبة مابين مركز السيادة (الساعة) مع مايحيط بها من عناصر بنائية، وبذلك فقد تحققت الزمكانية أيضا من خلال التناسب. كما ان الزمكانية متحققة من خلال مركز السيادة، والذي يمثل البناء المعماري لساعة بكبن اللندنية والتي تعبر عن الزمان والمكان الذي يرتبط بدوره بتأريخ مدينة لندن (العاصمة البريطانية)، وبذلك فقد حقق مركز السيادة شدا أو جذبا بصريا مباشرا الى فكرة الملصق.

رابعاً: الخصوصية:

أرتبطت الزمكانية في تصميم الملصق أرتباطا وثيقا في تحديد الخصوصية من بيئة ومكونات عمرانية أو معمارية لمدينة لندن البريطانية لاسيما أن مركز السيادة وهي الساعة (مكان قديم) ومكان حديث في آن واحد لذلك ((يتخذ المكان نسقين من الرموز، رمز المكان الجديد، فالمكان القديم رمز لتاريخنا وتراثنا الحي النابض بألق الحياة))[2] فالعصر الراهن ((مأخوذا من خارج علاقته بالماضي والمستقبل يفقد وحدته ويتفكك الى ظواهر وأشياء متفرقة ويصبح خليطا مجردا منها))[3].

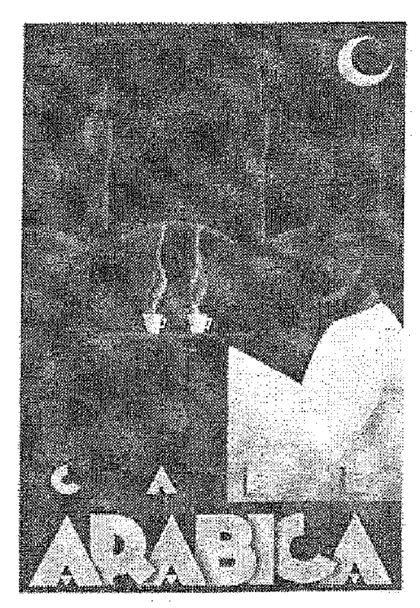
خامساً: الوظائفية:

تميزت الوظائفية الزمكانية في الملصق بكونها وظيفة اعلامية أعلانية لمدينة لندن وساعتها الشهيرة من بناء معماري عريق تميزت به عمارتها مع أبراز العناصر الفنية الجمالية وبيان اهمية الزمكانية كوظيفة اتصالية هامة في هذا الملصق.

(1) التليلي – عبد الرحمن (الدكتور) / مصدر سابق – ص 154

(2) لؤي علي خليل / مصدر سابق – ص 254

(3) ميخائيل بختين / مصدر سابق – ص 88



الملصق (23)

الوصف العام:

يتألف التصميم في هيئته التكوينية العامة من رجل عربي يرتدي الطربوش ويقدم القهوة الساخنة في مقهى عربي، مع أضافة تكوينات معمارية تمثل قباب ومآذن، وقد وجه المصمم فكرته بعنوان (القهوة العربية) (CAFÉ ARABICA). اذ يتكون الملصق كما أسلفنا الذكر من تراكب وعدة رموز ذات دلالات ترتبط بالموروث الحضاري والعقيدة الأسلامية والتقاليد المتوارثة عند العرب، ان الزمان متجسد ومتحقق من خلال الجو العام للملصق، فهو يوحي بالليل أو الهدوء، كما أضاف المصمم (الهلال) كدلالة على الليل وزمانه فضلا عن الأستدلال عن شهر مبارك لدى العرب المسلمين. اما المكان فهو متحقق من خلال التكوينات المعمارية من القباب والمآذن، كما هو متحقق أيضا من خلال الكتابة (القهوة العربية) كإشارة واضحة للدلالة المكانية العربية فضلا عن الزي العربي الذي يرتديه حامل القهوة والمرتبط بخصوصية مكانية عربية وأسلامية في آن واحد.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

تتوجه الفكرة بعرض موضوع يتعلق بالخصوصية العربية ، من خلال عدة مدلولات او دلالات تتمحور في البناء المعماري أو التكوينات المعمارية العربية الأسلامية ، ومن خلال القباب و المآذن فضلا عن القمر في دور الهلال ، وقد يكون دلاله زمانية لشهر أسلامي مبارك كشعبان او رمضان ، والهلال أحد الرموز المترنة بالأسلام أقترانا كبيرا. كما وضع المصمم رجلا عربيا ذو سحنة سمراء مرتديا طربوشا ودشداشة بيضاء ، حاملا بيديه فناجين القهوة الساخنة (مركز السيادة)ن والتي أراد المصمم أبراز زمانية الأداء من خلال سخونة القهوة ، مما يشعر المتلقي بالزمن آنيا. كما وضع المصمم عبارات ذات دلالة مباشرة للموضوع بقوله (القهوة العربية).

ثانياً : العناصر التصميمية :

الزمكانية متحققة من خلال كافة العناصر التصميمية فالأشكال جميعها توحي بالمكان ، وكذلك توحي بالزمان من خلال الحركة التي يقوم بها حامل القهوة وباتجاه أمامي ، فزمنه آني واقعي وحاضر يتميز بالتجدد والحركة ، ((فالآن هو الجزء الذي يؤخذ في الزمان على أنه بالفعل ، أي محدودا ، فالآن المتصور في الزمان والتقدم والتأخر المقصور في الحركة هما من فعل النفس))[1] فالمصمم أراد أحداث تفاعل بأستمرارية الحركة والزمان في أيصال فكرته من خلال الأتجاه والشكل ، اما اللون فقد فعله من خلال المكان حيث ربط المكان بالعقيدة والموروث والخصوصية وسحنة الوجه السمراء مع الزي العربي ، وقد يكون المصمم قد قام بقصدية زمكانية لأظهار مكونات الملصق وتوجيه الرسالة من خلاله للمتلقي غير العربي او الأجنبي بمختلف انتماءاته. اما الخط فإن الزمكانية متحققة فيه من خلال ربط الملصق بفكرته المباشرة والمرتبطة بدورها (بالقهوة العربية) . اما الحجم فقد

(1) التليلي – عبد الرحمن / مصدر سابق – ص 171

تقصد المصمم بوضع الحجم صغيرا بالنسبة لمركز السيادة (فناجين القهوة) موضوعة الملصق الرئيسية ولكنه في الوقت نفسه أضاف قيما بيضاء مضيئة ليكسب مركز السيادة (فناجين القهوة) تألقا مع وجود احساس زماني وآني من خلال حركة البخار كدلالة على سخونة القهوة.

ثالثاً: الأسس التصميمية:

لم يراعي المصمم بعناية كبيرة دراسة التضاد اللوني في الملصق، من خلال التداخل مابين القيم اللونية السوداء واللون الأزرق الغامق، او التداخل مابين بعض الحروف الكتابية بألوانها مع الأرضية البيضاء، بيد أن المصمم قد حقق زمكانية كبيرة من خلال التضاد اللوني في الأشارة الى السماء وهو زمن حصول الفعل التصميمي. كما ان التصميم مرتبط بكل عناصره بوحدة تصميمة جيدة التكوين والبناء، من خلال الربط مابين التكوينات المعمارية والهلال والرجل العربي وفناجين القهوة (مركز السيادة) مع الكتابات وحدة موضوعية زمكانية متحققة تحققا واضحا ورسالة أعلامية صريحة ذات قدرة أتصالية كامنة. كما ان التناسب محقق للزمكانية أيضا. فضلاً عن أن الملصق بكامل عناصره البنائية قد نجح في تكوين رسالة أتصالية ذات خصوصية تتعلق بالعرب وعاداتهم لذلك فأن الزمان والمكان قد حققا بدورهما جذبا بصريا من خلال مركز السيادة (فناجين القهوة) لاسيما حركة البخار المنبعث منها.

رابعاً: الخصوصية:

لقد حقق المصمم زمكانية مرتبطة أرتباطا كبيرا بالبيئة العربية من خلال خصوصية البناء المعماري أو الهندسي للقباب والمآذن ((فالأنسان من خلال فن العمارة يحاول أن يربط مكانيا بعلاقة مع الأنظمة التي يعتقد ثباتها وبمصداقيتها سعيا وراء الخلود والا زمنية))[1] كما وضع المصمم ظواهرا ودلالات توحي بالخصوصية الدينية والعربية من

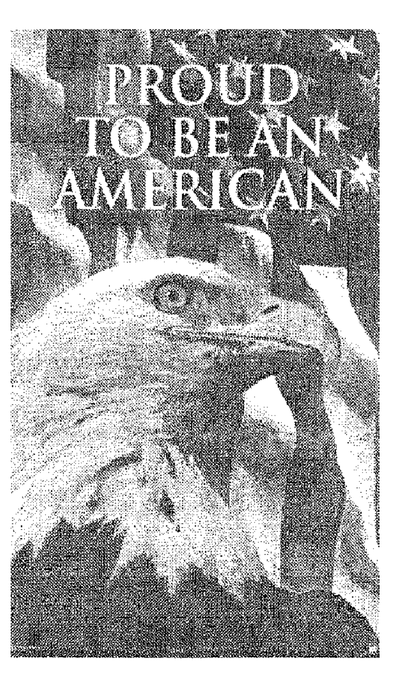
(1) أسماء نيازي طاهر / مصدر سابق – ص 95

خلال الهلال وربط الهلال بالأشهر الحرم والمباركة كمحرم ورجب وشعبان ورمضان، فالهلال رمز طبيعي يحدث أثناء تغيرات القمر وهو أحد أوجه القمر والذي يحتسب به الشهر القمري، ((لذلك فأن علاقة الأنسان بالمكان هنا تجسدت من خلال علاقة المبنى بقوى الطبيعة، ولابد من الأشارة هنا الى لمفهوم الطبيعة بعدين، الأول هو البيئة الطبيعية التي تحيط المبنى ويمكن أدراكها حسيا وبصريا، اما البعد الآخر فهو الظواهر والعلاقات الكونية التي يمكن أدراكها ذهنيا))[1] فضلا عن الزي العربي من الدشداشة البيضاء مع الطربوش وقد يشير المصمم الى ان هذا الرجل هو مصري أو سوداني من سحنة وجهه الأسمر، كما ان الطربوش هو غطاء رأس أدخله العثمانيون للدول العربية التي كانوا يحتلونها اواخر القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين، مما تقدم فأن الخصوصية تميزت بزمن ماض يتجدد بأستمرارية أظهار الموروث والمعتقد الديني والبيئة المحلية العربية الأسلامية.

خامساً: الوظائفية:

ان الوظائفية متحققة من خلال الربط مابين الخصوصية العربية الأسلامية من جهة ومن خلال (القهوة) وتقديمها منجهة أخرى، وارتباطها بالبيئة العربية من معالم عمرانية ومعتقدات وأزياء.

(1) أسماء نيازي طاهر / مصدر سابق – ص 95



الملصق (24)

الوصف العام:

يتكون الملصق في شكله العام من عقاب أبيض (مركز السيادة) فوق أرضية يمثلها العلم الأمريكي، وعبارات فوق العلم، تقول ((فخور لأنني أمريكي)) ((PROUD TO BE AN AMERICAN))، وهذا العقاب يسمى((بالعقاب الأصلع فلون راسه وجزء من الذيل والعنق فقط أبيض، له شكلان في امريكا الشمالية قرب البحيرات والأنهار وهو الطائر القومي للولايات المتحدة وقد أصبح نادرا بسبب الصيد والسموم وأزعاج المعشش منه))[1]. أن الزمكانية متحققة من خلال العلم الأمريكي، فهو دلاله مكانية واضحة تشير بشكل مباشر الى المكان (الوطن)، وهو هنا الولايات المتحدة الأمريكية، وقد وضع المصمم العلم كخلفية لمكونات التصميم الأخرى، من مركز السيادة (العقاب) والنص الكتابي والذي يدلل عن المكان من خلال معناه، وبشكل مباشر.

(1) ج. هنزاك / موسوعة الطيور المصورة – ترجمة دريد نوايا – المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع – بيروت ط2 – 1986 – ص 168

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

ترتبط فكرة الملصق بإظهار معالم القوة والشموخ من خلال العقاب الأبيض ونظرته، ورأسه المرفوعه، وخلفه العلم الأمريكي لاسيما أن العقاب هو الرمز القومي والوطني للولايات المتحدة الأمريكية. أن الزمكانية متحققة من خلال فكرة الملصق، ويتضح ذلك في الوحدة الموضوعية مابين العقاب الأبيض والعلم الأمريكي، فضلا عن النص الذي مفاده (فخور لأنني أمريكي).

ثانياً : العناصر التصميمية :

الأشكال في التصميم تميزت بترابطها الزمكاني من خلال العقاب والعلم، كما وأن هناك علاقة مابين هذين الشكلين بالقدرة أيهاميا على التوسع الفضائي، وكأن العقاب ذو جسم ممتد الى خارج الفضاء التصميمي او فضاء الملصق، وكذا في العلم أيضا، لقد تميز الزمان بالأستمرارية، من داخل الفضاء الى خارجه. كما ان اللون يساهم في تحقيق الزمكانية من خلال ألوان العلم الأمريكي (الأحمر والأزرق) والتي تعد من المميزات المكانية للولايات المتحدة الأمريكية فضلا عن تقصد المصمم في المبالغة في حجم العقاب مما يبرهن على انه أراد توجيه رسالة مهمة، مفادها أن العقاب هو المواطن الأمريكي، لاسيما انه الرمز المرتبط بالشجاعة والقوة والتحدي.

ثالثاً : الأسس التصميمية :

يلعب التضاد اللوني الجميل مابين اللونين الأحمر والأزرق في العلم الأمريكي، دورا كبيرا في تحقيق الجذب البصري للملصق، كما ان التضاد مابين هذين اللونين يساهم بدوره في تحقيق أنسجام فكري مع العقاب، من حيث الفكرة والموضوع وارتباطه زمكانيا بذلك. كما يتحقق هذا الأرتباط من خلال العلاقة بين النص الكتابي في قيمه البيضاء مع القيم السوداء داخل التصميم. كما ساهمت القيم اللونية في تدرجاتها من الأحساس بالملمس من خلال الضوء والظل، في طيات العلم لتعطي بذلك أحساسا بالعمق الفضائي

وجمالية انسياب قماش العلم . أن الوحدة التصميمية من خلال العناصر البنائية للتصميم تحقق الزمكانية من حيث الترابط مابين دلالة (العقاب) مع (العلم) و(النص الكتابي)، فضلا عن أن مركز السيادة (العقاب) يحقق الزمكانية من خلال العقائد والأنجازات السياسية والخصوصية والحجم، كما وفق المصمم في معالجة التناسب مابين العلم والعقاب مما يتيح للمتلقي أدراك الهدف والوظيفة او الرسالة الأتصالية للملصق، عن طريق المكونات الشكلية. فالتناسب يساهم في كسر طوق الجمود داخل التصميم ويقود الى الحركة والتوازن والأنفعال الزمكاني والأحساس به.

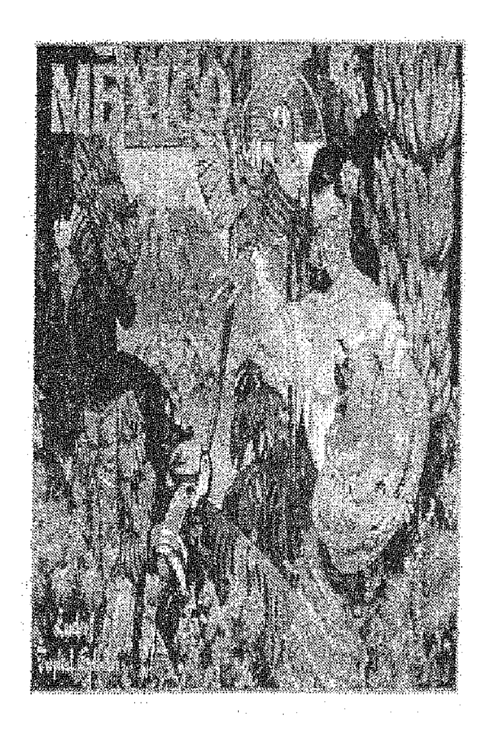
الزمكانية مركزا للجذب متحقق في التصميم من خلال العلاقة القائمة مابين العقاب (مركز السيادة)، والعلم، لتحقق بذلك مركز جذب مؤثر في المتلقي ومعبر عن فكرة الملصق.

رابعاً: الخصوصية:

الزمكانية مجسدة للخصوصية من خلال المفردتين، العقاب (الرمز القومي للولايات المتحدة الأمريكية)، والذي وضع أيضا في تصميم شعار الجمهورية الرسمي لأمريكا، وشعار المجلس النيابي (الكونغرس) الأمريكي، كما ويعتبر العقاب رمزا للقوة والسطوة الأمريكية، حيث أستخدم في العديد من الملصقات الحربية والعسكرية فضلا عن الأستعراضية والتعبوية تارة، والقوة الجوية تارة أخرى، الشكل (2.)، الشكل (21) حيث اقترن العقاب كشعار او دلاله لطائرة الرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش الخاصة والتي تسمى (AIR FORCE)والتي يرمز فيها العقاب الأبيض بالقوة في الطيران والقدرة على السيطرة وأصطياد الفريسة. اما الخصوصية الأخرى فتتجسد بالعلم الأمريكي، وهو الرمز الوطني للولايات المتحدة الأمريكية في المحافل الدولية لقد تحققت الخصوصية في التصميم من خلال الزمكانية.

خامساً: الوظائفية:

أن الوظائفية الزمكانية هنا مباشرة من حيث التأثير في المتلقي عن طريق الرسالة الأتصالية المتكونة من العقاب والعلم الأمريكي بالأضافة الى النص الكتابي. فوظيفة الملصق مباشرة وخطابها واضح وهو أستعراض للقوة وتجسيد للخصوصية الوطنية للملصق.



الملصق (25)

الوصف العام:

يتألف تصميم الملصق من صورة مقتطعة، تمثل رموز طبيعية مرتبطة بالمكسيك، وهي دولة تقع جنوب الولايات المتحدة الأمريكية، والملصق سياحي مرتبط بوظيفة سياحية دعائية عن المكسيك وبشكل عام، حيث وضع المصمم أشارة الى ذلك من خلال كلمة (MEXICO).

اذ تميزت الزمكانية بتحقيقها من خلال الملصق بكامل مكوناته، وذلك من خلال العلاقات التصميمية الرابطة داخل العمل الفني، ومحاكاة رموزه من خلال التكوينات الآدمية والطبيعية والبيئية التي ترتبط بخصوصية المكسيك، لاسيما أن المكان متحقق من خلال الكتابة أيضا وبشكل مباشر، ودلاله مكانية واضحة للمتلقي.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

تشتمل فكرة الملصق في الأعلان بشكل مباشر عن الطبيعة المكسيكية ، من فواكه وخضرة وطيور ، فمنها على سبيل المثال طيور الطوقان ، وطيور الببغاء والتي تسمى بالمقو القرمزي او الأحمر ، وهي طيور تعرف بها تلك البقعة من العالم ، كما وتعد أرضا خصبة لأنتاج الفواكه والخضر ، لاسيما الموز ، بالأضافة الى الشخصيتين الموجودتين في الملصق والتي أحداهما فتاة مكسيكية جميلة بملابسها التقليدية الشعبية وسحنة وجهها ، وشاب مكسيكي يحمل بيده فواكه قد يكون موزا ، وكأن هناك محاكاة مابين الفتاة والتي تقف على يدها الببغاوات ، حاملة الفاكهة في يدها الأخرى ، وبوجه مبتهج تبدو عليه ملامح الفرح والغبطة.

أن هذه المحاكاة التي قام بوضعها المصمم داخل الملصق هي لأجل ابراز وظيفة الملصق ، والتي تنصب في الحدث أو الدلاله المكانية للمكسيك من خلال البيئة والطبيعة .

ثانياً : العناصر التصميمية :

تجسدت الزمكانية بشكل كبير من خلال الشكل العام للملصق والعلاقة مابين مفرداته التصميمية ، من رموز آدمية وطبيعية ، كما تحقق المكان من خلال التكثيف في مفردات التصميم حيث لجأ المصمم الى التكثيف في المفردات الشكلية مما يعطي إيحاء بامتلاء الفضاء التصميمي ككل بالمفردات التصميمية المكثفة ، ان الغاية من ذلك التكثيف في المفردات هو لشد الأنتباه وجمع أكثر عدد ممكن من المفردات لغرض توصيل الفكرة من خلالها.

ان المكان متجسد ومتحقق من خلال تكامل العلاقة مابين العناصر التصميمية في هذا الملصق ، لذلك ((ينبغي حين نقوم بتحليل العمل الفني الى عناصره المكونة ألا يغيب عن ذهننا لحظة ان العمل الفني كل لايتجزأ ولايمكن رده الى عناصره دون خسائر ، لأننا حين نفصل عنصرا واحدا منه لكي نتحدث عنه ونصفه فلن يعود له نفس الخصائص التي

كانت له حيث كان مدمجا في الكل وكانت له علاقة ببقية العناصر، وهذه العلاقة تؤثر فيه وتحدث أختلافا في طبيعته))[1] من ماتقدم فإن العناصر المؤلفة لهذا التصميم تتصف بأنها لوحة، أي كل لايتجزأ، والمكان هنا يسمى (بالمكان الشامل) أي الموقع أو الرقعة التصميمية الشاملة، والحاوية للمفردات والأشكال، والتي لايمكن تحليلها مكانيا وزمانيا بإنفراد أي شكل من أشكالها، والتي ترتبط جميعها بوشيجة واحدة، هي المكان الشامل الذي تتصارع عليه الأحداث وتتوجه منه المعطيات الفنية الدلالية فضلا عن الأتصالية.

ثالثا: الأسس التصميمية:

يتحقق كل من الزمان والمكان في الملصق من خلال وحدة العمل الفني ككل وليس كجزء من كل، وذلك لأن الزمان حاضر من خلال المحاكاة وأظهار طبيعة المشهد من حيث علاقات التراكب والتداخل والتجاور مابين العناصر لاسيما تفعيل الكتابة مكانيا بشكل مباشر، مع وضوح ومقروئية فضلا عن تحقيق مركز السيادة (الفتاة) التي تميز زمانها الحاضر بالأرتباط حركيا وعلى شكلين، الأول عن طريق حركة اليد والثانية عن طريق الحالة النفسية (السايكولوجية) للفتاة بمعالم وجهها المبتهجة، فضلا عن تفعيل القيم الضوئية المسلطة على مركز السيادة (الفتاة)، لذلك فأن المصمم هنا قد وضع من تلك العوامل دورا لإبراز مركز السيادة (الفتاة) زمكانيا. كما وضع المصمم نوعا من التوازن بين القيم اللونية والضوئية من خلال الكتابة (MEXICO) حيث وضعها الى الجانب الأيسر ليعطي نوعا من التوازن الضوئي ليعطي أنارة للمنطقة ذات الكثافة اللونية والشكلية، حيث يمكن ملاحظة الرجل الأسمر والتي تكاد ملامحه تختفي مع ماحوله من أشكال وألوان، لقد أضافت الكتابة بلونها البراق المضيء توازنا وحركة داخل الملصق.

كما يتمحور مركز الجذب من خلال المنطقة المضيئة لمركز السيادة (الفتاة) وحركتها، وماتحدثه من عمق فضائي مع منظور يمتد الى الداخل، حيث تحاكي بدورها المتلقي، فقد تحققت الزمكانية من خلال مركز السيادة وبالتالي فإن مركز الجذب قد حقق الزمكانية بشكل واضح.

---

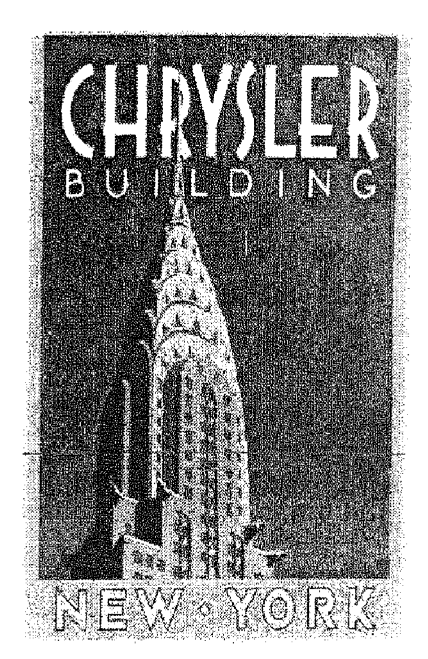
(1) عادل مصطفى (الدكتور) / مصدر سابق – ص 6.

رابعاً: الخصوصية:

الخصوصية متحققة من خلال المكان، عن طريق مفردات الملصق ومكوناته أي المشهد العام، والذي يعبر عن الطبيعة والبيئة المكسيكية، وخصوصية الزي وسحنة الوجه فضلا عن الطيور المحلية والفواكه.

خامساً: الوظائفية:

الوظائفية تمثلت بكونها ترويجية سياحية، الهدف منها هو الكشف عن دور الزمان والمكان في تحقيق الترويج الأعلامي لدولة حضارية (المكسيك)، واستعراض جمال طبيعتها وحسن فتياتها وأزيائها الخ.



الملصق (26)

الوصف العام:

الملصق في تكوينه العام، ملصق يستخدم الغاية المكانية لمبنى معروف في الولايات المتحدة ويسمى بمبنى كاراسيلر (CHRYSLER BUILDING – NEW.YORK) وهي شركة لأنتاج السيارات، في مدينة نيويورك الأمريكية. ويتكون الملصق من صورة واحدة تمثل المبنى الذكور كدعاية مكانية كما أسلفنا الذكر، وبذلك فأن-الصورة الدعائية للملصق يمكن ان نسميها صورة دعائية نمطية ((The Use Of Stereotypes، حيث هناك طبيعة لقولبة الناس في صورة معينة ومع مرور الزمن تكون مثل هذه الصور انطباعا ثابتا وغالبا مايفتقر ذلك الى خبرة واقعية))[1] بيد ان الصورة النمطية هذه كما يمكن القول في هذا الملصق، تعبر بطاقتها التعبيرية ومكوناتها الفنية عن دلالتي المكان من خلال المبنى الشهير والمقام في مدينة نيويورك، والزمان فيمكن الأستدلال عنه من خلال الضوء المسلط على البناء من الأمام وما أحدثه من جماليات على الشكل كله، فالحضور المكاني يرتبط

(1) صالح أبو أصبع (الدكتور) / مصدر سابق – ص 19.

بعلاقتين، من خلال مركز السيادة (المبنى) وهما العلاقة مع الأنظمة الأنسانية المرتبطة بالمضمون الأنساني والهدف الحضري المحيط به من جهة، والعلاقة مع الأنظمة الطبيعية الأيهامية في التصميم من خلال المحيط البيئي الواقعي في التصميم والمحيط الشكلي الفضائي. كما ان المكان متحقق من خلال الكتابات، وهذا مانجده من اسم المبنى وأسم المدينة المقام فيها، اسفل الملصق (مدينة نيويورك). والمكان أثبت حضوره كمكان شامل للتصميم وذو لغة بصرية ذات خطاب زمكاني واضح الأهداف والوظيفة الدعائية .

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

ان فكرة الملصق هي دعائية مكانية تتمثل بالشاخص المعماري لمبنى (كاراسيلر) مع فضاء محيط بالعمل يجسد بشفافية أظهار العلم الأمريكي كخصوصية مكانية أخرى، تثبت فاعلية الفكرة وتعبيراتها المباشرة عن الزمان والمكان من خلال عناصر التصميم.

ثانياً: العناصر التصميمية :

في هذا الملصق يكون للحجم كمركز سيادي (المبنى) أثر بالغ الأهمية في الأستدلال عن المكان وما حققه في مركزية بؤرية ضمن الفضاء التصميمي، الذي يمثل العلم الأمريكي كخلفية تتميز بالشفافية اللونية لاسيما ان اللون قد لعب كعنصر رئيسي دورا مكانيا مهما من خلال العلم وألوانه المتعارف عليها. فضلا عن القيم الضوئية من احساس بوجود الزمان الحاضر من خلال الضوء المسلط على البناء بشكل أمامي من جهة والمكان بتحديداته اللونية من جهة أخرى.

ثالثاً: الأسس التصميمية:

التبـاين محقـق للمكـان مـن خـلال القـيم اللونيـة وتبايناتهـا، حيـث يمكـن ملاحظـة التباين مابين اللون الأزرق والذي استخدم كخلفية (العلم الأمريكي) وهـي دلالـة مكانيـة واضحة ترتبط بالمكان العام، و(المكان العام) هو بمعنى الـوطن، المرجـع، وفي هـذا الملـصق فإن المرجع هو (الولايات المتحدة)، لاسيما وان مركـز الـسيادة (المبنـى) قـد حقـق وجـودا كـبيرا للمكـان مـن خـلال الدلالـة الـشكلية المعروفـة والموضـوعية، كمـا ان التناسـب محقـق للمكان من خلال النسبة مابين المبنى (مركز السيادة)، والعلـم الأمريكـي (الخلفيـة) المحيطـة بالمبنى.

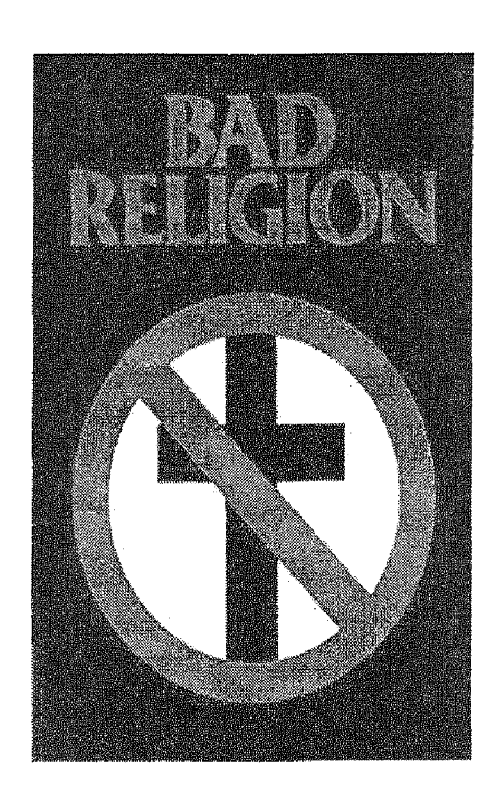
يحقـق مركـز الـسيادة (المبنـى) مـع الخلفيـة (العلـم الأمريكـي) والعلاقـة الموضـوعية المترابطة مابينهما، مركزا لجذب البصر وتحقيق الزمكانية من خـلال الأضـاءة المسلطة علـى الواجهة الأمامية للمبنى، فضلا عن الحركة (حركة العلم) وقيمته اللونية المتباينة.

رابعاً: الخصوصية:

الخـصوصية تتمثـل بـالمبنى (مركـز الـسيادة)، وهـي مـن المبـاني المعروفـة في مدينـة نيويورك الأمريكية، بل وأحد الصروح المعمارية المعروفة، وبـذلك فقـد حقـق المـصمم مـن خلال الربط مابين المبنى الشهير والعلم الأمريكي خصوصية مكانية واضحة.

خامساً: الوظائفية:

ان الوظائفية في هذا الملصقن هي مكانية أولا ن مـن خـلال تحديـد عـدة مفـردات بمـا فيها (المبنى) و(العلم الأمريكي)، فقد أراد المصمم أستعراضـاً دعائيـاً مكانيـاً، بـل ووظيفـة دعائية مكانية، اما الزمان فإن الأستدلال عنه يكون من خلال وظيفة القيم اللونية وحركـة الضوء في الملصق ولاتبتعد عن ذلك.



الملصق (27)

الوصف العام:

يتكون الملصق من رمزين وهما، رمز الصليب (المرتبط بالديانة المسيحية)، والرمز الثاني يمثل علامة مرورية تعني (قف) الحمراء اللون المتعارف عليها، مع أضافة نص كتابي يقول ((BAD RELIGION))، وبمعنى ((دين سيىء)) أي لاتتقدم أو قف محلك. الزمان متحقق في الشكل العام للملصق ومن خلال الصليب، وعلامة (قف) والزمان هنا آني يخاطب المتلقي خطابا مباشرا، كما يساهم في تحديد نظر العين فسيولوجيا باتجاه مركز السيادة (الصليب وعلامة التوقف)، ولايوجد هناك مكان يمكن الأستدلال عنه في هذا الملصق.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

تتجسد فكرة الملصق في توصيل هدف عقائدي ، مفاده أن مخالفة هذه العلامة والتي هي من علامات المرور ، يعد دينا رديئا ، أي بمعنى آخر يجب تجنبها. فالصليب هو رمز المسيحية ومخالفته هي مخالفة للدين ، فعلامة (قف) هي توقف إيهامي للحركة وهو بالنتيجة زمان آني ، اما المكان فلا وجود له لأن الدين المسيحي معمم للعالم أجمع كما هو الحال مع باقي الأديان الأخرى كالأسلام واليهودية وغيرها ، ولكننا لايمكن ان نضع الهلال وهو رمز أسلامي يرتبط بالدين والعقيدة الأسلامية ، بنفس الأخراج الفني لهذا الملصق ، وذلك لأن الدين الأسلامي متجذر عقائديا أكثر من المسيحية ، فالزمان هنا زمان يتجه الى المستقبل من حيث الفكر والعقيدة ، وهو زمان يدعو الى التوقف والتأمل ، فضلا عن كونه زمان يدعو الى الخلود أيضا.

ثانياً : العناصر التصميمية :

الزمان متحقق من خلال الشكل العام وذلك عن طريق العلاقة القائمة مابين العقيدة من جهة (الصليب) ، دلالة الدين المسيحي ، والعلامة المرورية (قف) من جهة أخرى ، وبتأثير زمان آني مباشر. كما تحقق الزمان عن طريق اللون من خلال العلامة المرورية الحمراء (كدلاله على الخطورة) ، والأنتباه وشد البصر نحو موضوع فكري معين ، فاللون الأحمر قد حقق زمانية آنية تثير المتلقي وتدعوه الى التوقف والتأمل في معنى وفكرة الملصق ومكوناته وأهدافه.

ثالثاً: الأسس التصميمية:

يمكن الأستدلال عن الزمان من خلال التضاد اللوني مابين القيمتين السوداء والبيضاء، والتي ساهمت بدورها في أظهار مركز السيادة، وتعزيز قوته التعبيرية، وتوجيه فكرته العقائدية من خلال القيم اللونية المتضادة، كما أحدث التضاد نوعا من العمق مع الأحساس بالضوء من خلال المركز السائد والمحيط بالصليب، كما وان مركز السيادة قد حقق الأحساس بالزمان الآني بخطابه المباشر والمركزي في توجيه الفكرة.

يعد الزمان أحد المرتكزات التحليلية الهامة في إبراز أهداف هذا الملصق، وتحديد أهدافه، كما أن الخصوصية تشترك مع الزمان في تحقيق أهمية مركز الجذب وأثره عند المتلقي.

رابعاً: الخصوصية:

ترتكز الخصوصية في هذا الملصق، في مايحققه فعل الزمان في أظهار الخصوصية العقائدية، وما يعنيه من أهمية تتعلق تحديدا بالدين المسيحي .

خامساً: الوظائفية:

ان الوظائفية الزمانية مباشرة في هذا الملصق، من خلال وظيفة عقائدية موجهه من أجل توصيل فكرة تدعو الى التمسك بالدين وتعاليم المسيحية، وان الذي يقوم بانتهاك تلك التعاليم المقدسة، سيكون مخالفا وعدوا لله ودينه، وكأن المصمم يقول (من ينتهك هذا النظام أو هذا السياق كمن يرى المسيحية شيئا قبيحا) .



الملصق (28)

الوصف العام:

يتكون الملصق من رجل يقوم بالتجذيف، على ظهر الجندول، وهو القارب الذي يستخدم كواسطة للنقل في مدينة (فينيسيا) ((VENEZIA)) باللغة الأيطالية، وهي مدينة البندقية المعروفة باللغة العربية، وهذه المدينة تتميز عن باقي المدن الأيطالية او حتى العالمية، بكونها لاتحتوي على شوارع مبلطة، كما هو في سائر دول العالم، انما شوارعها تغمرها المياه، وأن واسطة النقل بين الأحياء السكنية، تتم بواسطة (الجندول) . وتعتبر مدينة البندقية (فنيسيا) من المدن ذات الشهرة السياحية الكبيرة في العالم، حتى أن شكسبير قد أتخذها مسرحا تتصارع عليه احداث قصة (تاجر البندقية) المعروفة عالميا. كما ان الزمكانية متحققة من خلال الرسوم، والتي هي في حركة تنساب مع موسيقى أيهامية، تثير الراحة والتناغم والتتابع الحركي، من خلال مركز السيادة، حيث ان الزمان والمكان متحققان ضمن رسوم الملصق، وتوزيع مساحاتها اللونية.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

تكمن فكرة الملصق في توجيه أهتمام سياحي ودعائي لمدينة البندقية (فينيسيا) الأيطالية، تتجسيد معالمها من حيث الحياة اليومية ومعالمها المعمارية وغيرها، أن فكرة الملصق مجسدة للزمكانية وبشكل مباشر من خلال حركة مركز السيادة (الرجل والجندول)، فالزمان يتميز بالأستمرارية من خلال أيحاء الحركة، كما ويظهر في الملصق أنعكاس لمركز السيادة داخل الماء، مما يعطي أحساسا آخر بالحركة، فالزمان متحرك مع أتسامه بالواقعية، أي بواقعية زمن الحركة. اما المكان فهو متحقق بشكل واضح ومباشر من خلال العبارة أو الكلمة (فينيسيا)، المكتوبة باللغة الأيطالية، كدلالة مكانية واضحة فضلا عن الماء والبناء المشيد، لارتباطه بالعمارة الرومانية القديمة من خلال الريازه المعمارية، للعقود والأعمدة الموجودة خلف مركز السيادة (الرجل والجندول)، والحضارة الرومانية وعاصمتها روما، والتي هي الآن العاصمة الحالية للأيطاليا.

ثانياً: العناصر التصميمية :

تتسم العناصر التصميمية بارتباطها بفاعلية الزمان والمكان، وذلك من خلال اللون، والذي يرتبط تأريخيا بملامح رومانية قديمة، تتعلق بشفافية الألوان، والتدرجات مع القيم اللونية، والتي تعيد الى ذهن المتلقي الوان لوحات الفن الروماني القديم وأساليبه المتميزة، كما ان الشكل محقق للزمكانية، من خلال حركة مركز السيادة (الرجل والجندول)، والتي تميزت بالأستمرارية، وتفعيل الأتجاه الذي يوحي بالتقدم الى الأمام بحركة مستمرة. فالزمن متحرك مع الشكل وفعاليته وطبيعته وهدفه ووظيفته، كما ان للقيم اللونية تحديدات زمانية من خلال الضوء والظل، مع الأنعكاس، فضلا عن قيام المصمم بالمبالغة في حجم مركز السيادة، من أجل جذب المتلقي نحو الفكرة وأهمية الموضوع .

ثالثاً : الأسس التصميمية :

اتسمت الألوان في الملصق بالأنسجام اللوني ، مع التفاعل مابين الظل والضوء ، وما تحدثه تلك الظواهر من أنعكاس ، وأنارة ، داخل الملصقلغرض دعائي ووظيفي أعلامي ، كما ان الوحدة التصميمية للملصق ، جسدت زمان ومكان حدوث الفعل ، وهي مدينة (فينيسيا) الأيطالية.

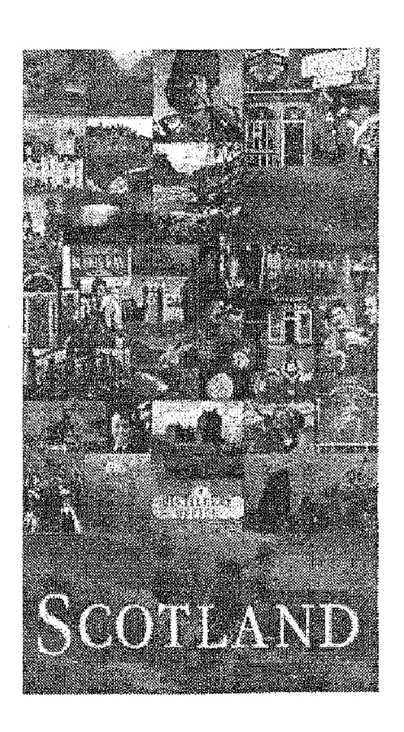
لقد حقق مركز السيادة في الملصق ، (الرجل والجندول) ، الزمكانية مركزا للجذب ، من خلال الحركة والأستمرارية والأنسجام اللوني وأرتياح العين.

رابعاً : الخصوصية :

لقد حققت الزمكانية في هذا الملصق ، الخصوصية وذلك من خلال عناصر العمل الفني ، أحساسا بالأنتماء لاسيما من خلال تفعيل تلك العناصر لبناء الفكرة الأعلامية لمدينة (فينيسيا) ، المتميزة بشوارعها المغمورة بالمياه ، وحركة القوارب (الجندول) ، التي تنقل السياح وأهل المدينة والذين يزورون أيطاليا لابد أن يقوموا بزيارة مدينة البندقية (فينيسيا) ، التي تعتبر من اهم مدن العالم غرابة وتميزا.

خامساً : الوظائفية :

لقد تميزت الوظائفية في هذا الملصق بالتعبير المباشر للزمكانية ، في أيضاح وأظهار الوظيفة الدعائية والسياحية لمدينة البندقية (فينيسيا) ، وماتشكله من أهمية من خلال غرابة طبيعتها البيئية وجمالها.



الملصق (29)

الوصف العام:

يتكون الملصق من عدة صور فوتوغرافية مختلفة الأحجام، تعبر عن الحياة اليومية والبيئة في أسكتلندا، المعروفة بمراعيها الخضراء الجميلة، وتقع أسكتلندا اداريا شمال بريطانيا، والتي تسمى بالمملكة المتحدة، حيث تتضمن كل من أسكتلندا في الشمال، وانكلترا في الجنوب، و ويلز في الغرب، وأيرلندا الشمالية ايضا. وقد أضاف المصمم كلمة ((SCOTLAND))، ليؤكد مكان الملصق وأنتمائه.

ان الزمكانية في هذا الملصق متحققة من خلال كثافة الصور الفوتغرافية، ومحتوياتها، فالتكثيف هو أداء تقني وأظهاري، تكون تأثيراته واضحة على الشكل العام للتصميم، او المظهر العام له، لقد عمد المصمم هنا الى أحداث زمكانية مباشرة من خلال (التكثيف الصوري) في فضاء التصميم العلوي لسحب الأنتباه و ايهام الحركة وايهام الزمن، كما ويمكن الأحساس بالزمكانية المرتبطة بعدم الأستقرار الموضوعي أحيانا، ولكنها ترتبط زمكانيا أي عملية التكثيف الصوري داخل الملصق، بما يمكن أن نسميه

الأيهام التشكيلي ((وهو مايشمل العلاقة العضوية بين الشكل والمضمون))[1]، فالصور المتجاورة والمتصلة مع بعضها، باختلاف حجومها مع التكثيف الصوري، جعلت من تحقيق الزمكانية تنوعا في الفكرة والتوصيل، مع تشويش نظر المتلقي نحو الموضوع المركزي، والذي أصبح غير محدد من كثرة الصور، والتي تؤثر فسيولوجيا على نظر وأستقرار وراحة عين المتلقي، كما ان الكتابة والتي أقتصرت على كلمة (أسكتلندا) فقط، لمعادلة الثقل الصوري الكثيف والذي يعد مبالغا فيه من أجل توكيد الفكرة مكانيا.

التحليل الفني:

اولا : فكرة الملصق :

تتمحور فكرة الملصق بشكل عام، في مجال الدعاية السياحية العامة، من خلال الصور المتجاورة بتكثيف مبالغ فيه، حيث تحتوي هذه الصور في مضامينها صورا تعكس الموروث الحضاري والحياة اليومية، فضلا عن جمال طبيعتها وبيئتها، فالمكان متعدد ومتنوع ومتشتت الحركة، اما الزمان فهو متغير بتغير كل صورة داخل الملصق والتي في النهاية تشكل دعاية سياحية لأسكتلندا.

ثانياً: العناصر التصميمية :

لقد حققت الأشكال داخل الملصق، الزمكانية، فهنالك عدة أشكال وليس شكل واحد، فكل شكل داخل الملصق له مميزات فهناك الرجل الذي يعزف على القرب، وهي أحدى عادات بل وفلكلور سكان أسكتلندا المتوارثة، في فنونهم الشعبية، وهنا فالمصمم قد حقق أنتماءً زمكانيا للمكون التصميمي، كما أتصفت الأشكال الأخرى بنفس الأيحاءات من خلال المصنوعات الشعبية، او البناء العمراني، او البيئة الطبيعية، والأبقار والنباتات، كالخرشوف الشوكي، وهو نبات جبلي، تمتاز به بيئة تلك المنطقة من العالم، بزهرته المتميزة بلونها الوردي، كما ان الحجم قد أعطى مؤشرا واضحا على أهمية الزمان

(1) بلاسم محمد (الدكتور) / مصدر سابق - ص 13

والمكان، من حيث قصدية المصمم في تكبير الصور، ذات الأرتباط الأعلامي الهام، وتصغير الصور التي تعتبر أقل أهمية زمكانية، من أجل التأثير في المتلقي وجذبه الى التصميم، والكشف عن المدلولات المراد التوكيد عليها ومن خلال الحجم.

اما الأتجاه فقد تميز بالقدرة على المحاكاة، مابين الملصق بمكوناته الصورية، والمتلقي من خلال طبيعة تلك الصور، ومونتاتهان فالخطاب يكمن مابين الأشخاص والأزياء والبيئة. فضلا عن أن ألوان الملصق قد تميزت بارتباطها زمكانيا بالطبيعة والبيئة لتلك المنطقة، وذلك من خلال تغلب اللون الأزرق كرمز لبحر الشمال، والأخضر كرمز للمراعي الخضراء فضلا عن القيم اللونية البيضاء التي أخذت شكل الكتابة، كدلالة على الثلوج الكثيفة التي تملىء سطح الأرض الأسكتلندية في فصل الشتاء.

ثالثاً: الأسس التصميمية:

ان الزمكانية في هذا الملصق متجسدة من خلال تكرار الصور، وتجاورها مع بعضها البعض، ليولد ذلك التكرار توكيدا زمكانيا يرتبط بالأيقاع والتنوع اللوني والشكلي، وأصبحت تلك العمليات مثيرا مرئيا، يشد المتلقي الى الملصق كفكرة، غير أنه لم يكن تكرارا منتظما، له سيادة ومركزية، فالسيادة لم يكن لها حضور من خلال الصور، ومعانيها ودلالاتها، بل يمكن ان يكون المكان والزمان سائدان من خلال (الكتابة) أي كلمة (أسكتلندا)، من خلال الوضوح في الأستدلال المكاني، فضلا عن القيم اللونية البيضاء، كدلالة زمانية تتعلق بالبيئة، كتساقط الثلوج فوق هذه الأرض خلال فصل الشتاء. اما التناسب فقد حقق الزمكانية من خلال التكثيف الصوري للمشاهد المتنوعة، وأرتباطها بالتجاورات مع بعضها.

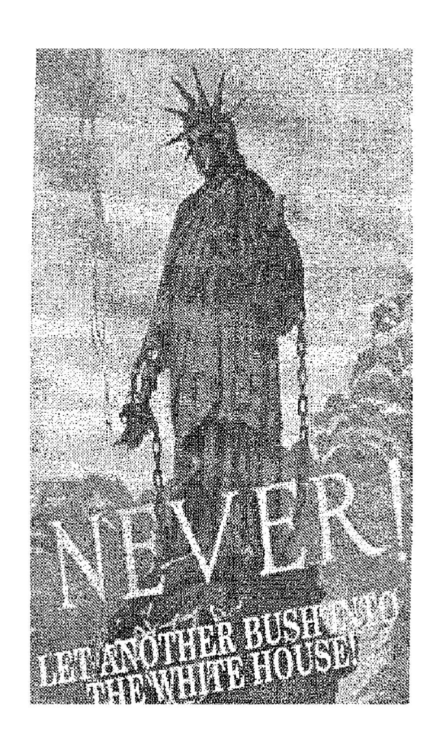
أما مركز الجذب للملصق يكمن في تجمع الصور المتنوعة، والتفاعل الزمكاني فيما بينها، وبين الكتابة، ليحقق بذلك معادلا موضوعيا يعطي للمتلقي مفهوما واضحا للفكرة، وبذلك يمكن أن تكون للصور والكتابة فعلا واضحا في مايتعلق بالجذب البصري

رابعاً: الخصوصية:

ان الزمكانية في هذا الملصق قد حققت أرتباطا كبيرا بالخصوصية، من بيئة طبيعية، وأبنية وغيرها، من خلال التنوع الصوري والمكثف في معظم الفضاء التصميمي للملصق، مما يجعل للمتلقي حكما واضحا، لما تحتويه تلك الصور، في أرتباط واقعي بالبيئة والأحساس بها، وبذلك فقد تحققت الخصوصية من خلال الزمكانية.

خامساً: الوظائفية:

أن وظيفة الملصق السياحي، يختلف في طبيعته عن وظيفة الملصقات الأخرى، من حيث الجانب التعبيري، والجمالي، وأرتباطهما بالزمكانية، فالزمكانية موجودة، ولكنها ليست مباشرة، لاسيما ان الغاية الرئيسية من هذا الملصق، هو الغاية والترويج للسياحة في أسكتلندا.



الملصق (30)

الوصف العام:

يتكون التصميم في وصفه العام، من تمثال الحرية الأمريكي المعروف بإنشائيته وهيئته البنائية او الشكلية، وتمثال الحرية في هذا الملصق قد قيدت يديه بالسلاسل الحديدية، والتي تسببت في انطفاء شعلة الحرية في يده الأخرى، بينما يتصاعد الدخان الناجم عن الأنفجارات حول التمثال، كما قام المصمم بوضع نصوص كتابية تمثل حوارا يقوم به تمثال الحرية ويسأل نفسه قائلا:

Never Let Another Bush into The White House، ((لن أدع بوشا آخر او (ثانيا) بمعنى آخر يدخل البيت الأبيض)). ويتكون الملصق من رسوم جسدت الزمكانية من خلال محاكاة الرسوم مع الكتابات (النصوص)، والتي جسدت بواقعية ملموسة خطابية الزمان والمكان في الأحساس بالقيود التي تقيد الحرية وتمنع كلمة الحق من خلال عدم الحركة الأجبارية والقصدية فكريا وموضوعيا.

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

تتعلق فكرة الملصق بتجسيد زمكاني تمثل (بتقييد الحرية)، وهذا مايمثله الشاخص المكاني، تمثال الحرية (دلالة المكان)، وتقييده بالسلاسل الحديدية والتي صور المصمم قوتها من حيث القوة في شد اليد الحاملة للشعلة (رمز الحرية) كما وضع المصمم التمثال في حالة من الأحساس بالحزن والألم، وهي حالة نفسية تعكس الزمن الحاضر والذي يحاول المصمم أظهاره في أستمرارية المعاناة والجهد والألم لما تسببه تلك السلاسل من تقيد للحرية، معنىً وحركةً، وكلاهما زمان حاضر، فالزمان إذن مقيد في حركة التعبير والرأي الحر كما انه مقيد من خلال الحركة، فالمكان مقيد بالزمان، والزمان أكثر قوة من خلال التأثير السايكولوجي والفكري والدلالي، من المكان الذي تحدده الجذور التأريخية والفكرية للتمثال الذي يمثل (مركز السيادة)، في التصميم.

أن فكرة الملصق تجسد الزمكانية بشكل مباشر من خلال التمثال وما يحدثه من صراع درامي (زمكاني) مع المحيط الخارجي من الدمار، او المحاكاة مابين (مركز السيادة)، وماحوله من ظواهر دالة على الحروب والدمار. في إشارة الى إسم الرئيس الأمريكي جورج بوش والذي يمارس حملة أعلامية لشن الحرب على العراق، والتي قوبلت بانتقادات من قبل الشعب الأمريكي والعالم آنذاك.

ثانياً: العناصر التصميمية :

الزمكانية متحققه من خلال الشكل العام للملصق، كما ان اللون قد ساهم بدوره في تحديد الزمان حيث يوحي بقوة الأنفجار وما ولّده ذلك من دمار انعكس على السماء (الفضاء التصميمي)، وما أحدثه من تصاعد الدخان الكثيف عن طريق القيم اللونية وتدرجاتها لتولد قوة في الأندفاع من خلال التتابع او الأنبثاق مع الأثار المرئية، التي ترتبط أساسا بما ولده اللون وتدرجاته، مع القيم اللونية والتي توحي بالعمق الفضائي

والأتساع نحو الخارج أنطلاقا من الداخل. اما الخط فقد أكد المصمم هنا على الحجم في أشارة واضحة الى الزمان المتمرد وكأن هناك تجسيدا لزمن صراع نفسي متمرد على واقعه، من خلال كلمة ((Never!))، بمعنى ((لن))، والتي جسدها المصمم بكبر حجم العبارة، وبالتالي تميزها عن حجم حروف النص الأخرى، من أجل تحديد رؤية زمكانية مؤثرة من خلال الفكرة التصميمية الأساسية وهي (تقيد الحرية).

ثالثاً: الأسس التصميمية:

اعتمدت الألوان في الملصق انسجاما لونيّا وكأنّ المكان هو موقع للصراع مابين وحدات العمل الفني من أجل تحقيق تجسيد زماني معاصر، كما ان الزمان هنا، زمان درامي مع صراع من أجل الحرية وكسر القيود التي تقيد رمزها، كما ان وحدة العمل ككل واحد قد حققت الزمكانية من خلال لغة الترابط الحواري الدرامي مابين كافة عناصر الملصق البنائية فضلا عن كون مركز السيادة (تمثال الحرية)، رمزا مكانياً مؤثراً من خلال تقيد زمانه وصراعه مع القيم والمبادىء الحرة.

اعتبرت وحدة العمل الفني بأكمله مركز جذب يحقق الزمكانية، فالزمان والمكان متحدان في التصميم ومشتركان في إظهار الفكرة والهدف، وتوصيل الرسالة الأتصالية من خلال التصميم. كما ان مركز الجذب متحدد بشكل مباشر من خلال العلاقة التجاورية مابين التمثال (مركز السيادة) وعبارة ((Never!))، ((لن)).

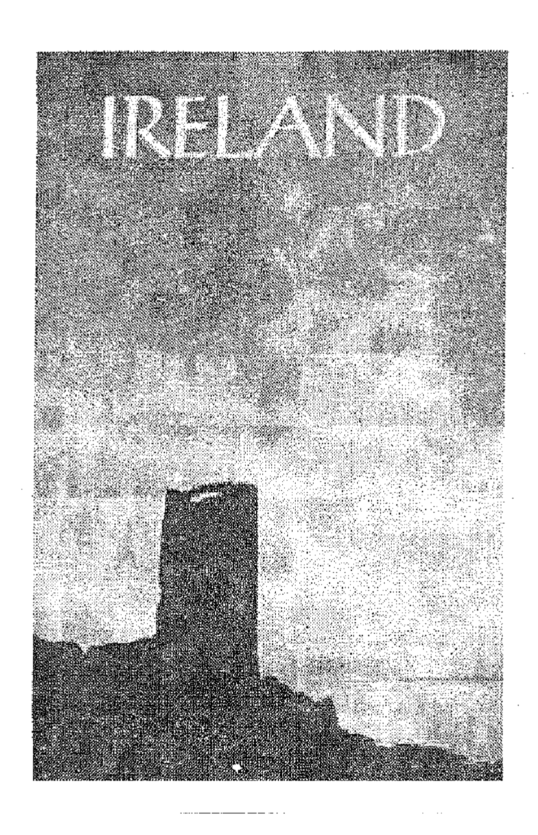
رابعاً: الخصوصية:

الزمكانية بصراعها الدرامي في هذا الملصق، قد حققت الخصوصية من خلال مركز السيادة (تمثال الحرية الأمريكي)، الذي أنشأ للدلالة على الحرية والسلام رافعا بيده شعلة الحرية، والتي تقصد المصمم بتقييدها بالسلاسل وأنطفاءها كتعبير زماني يدل على الطغيان والتسلط على الحرية التي لاترغب بالحرب والقتال لأن الولايات المتحدة يفترض بها كدولة عظمى، تسعى دائما للسلام، ومنذ ان تأسست، بعد أنّ تم تشيد هذا التمثال

آنذاك ليكون رمزا للحرية والسلام، بيد ان المصمم في هذا الملصق سعى ومن خلال، الرمز الذي يمثله هذا التمثال، الى أثبات الخصوصية الرمزية الحقيقية في زمانها ومكانها، فضلا عن أظهار هذا الرمز الأنساني مقيدا ومستنكرا لواقع حاله زمانيا ومكانيا.

خامساً: الوظائفية:

اتسمت الوظائفية الزمكانية في الملصق، بكونها وظائفية مباشرة من خلال التداخل مابين زمن التصميم، وزمن المصمم، . فالوظائفية هنا مباشرة من خلال الصراع مابين زمن المصمم والذي هو جزء من الزمن المحيط (الزمان الشامل)، والذي يساهم مع المكان في تجسيد الفكرة، وفق زمن التصميم وموضوعاته الموجهه.



الملصق (31)

الوصف العام:

الملصق في وصفه العام ، يتكون من صورة فوتوغرافية لمنظر طبيعي يمثل وقت او زمن الغروب ، في أحد السواحل الأيرلندية ، حيث توحي الظلال لأحد بقايا المباني القديمة ، على ساحل البحر. وقد وضع المصمم في أعلى الملصق كلمة او عبارة ((أيرلندا)) ، ((IRELAND)) فالزمكانية متجسدة في الشكل العام للملصق وتنصب بالتالي في إبراز وإظهار معلم الطبيعة Naturalsime فالملصق يحقق زمكانية اتصالية من خلال القول ((أن حياة الطبيعة وحياة الأنسان تندمجان في هذا المركب ، الشمس في الأرض ، في المنوج المستهلك ، أن احداث حياة الأنسان عظيمة كعظمة أحداث الطبيعة وتوصف بنفس الكلمات ونفس الألوان))[1].

(1) ميخائيل بختين / مصدر سابق — ص 176

التحليل الفني:

أولا: فكرة الملصق:

أن لكل صورة بداية فكرة، تتكون الفكرة في هذا الملصق من محددات رئيسية وكما يأتي:

1- البيئة الطبيعية والتي أراد المصمم ابراز واظهار الزمكانية من خلالها، حيث ان الزمان متجسد بوقت الغروب، (تحيد زماني)، والمكان متجسد بالساحل الأيرلندي وبقايا الأبنية، لاسيما الحضور المكاني المؤثر من خلال (الكتابة).
2- المهارة التقنية والتي أراد المصمم توجيه الفكرة من خلال الصورة الفوتغرافية، والفعل التقني الظاهر من حيث الظل والضوء، والتي تساهم في تحديد الزمكانية في الصورة.

ثانياً: العناصر التصميمية:

أتسمت العناصر التصميمية بتحقيقها للزمكانية من خلال الشكل العام للملصق، حيث تميزت الألوان بتدرجاتها و اتجاهها الى منطقة الضوء المركزية (غروب الشمس)، والتي تساهم في أحداث الأتساع اللوني والضوئي داخل الملصق كما ان البناء القديم والذي يشكل منطقة معتمة، ساهمت في تجسيد الضوء وتوهجه، وهي دلاله زمانية (وقت الغروب)، كما يمكن ملاحظة التناغم اللوني في فضاء الملصق مابين القيم الضوئية والقيم اللونية، وماتحدثه من مناطق معتمة، تتمثل بالبناء القديم، العاكس للضوء وهي ظلال ناتجة من أنعكاس طبيعي للضوء، ومناطق الفضاء المضيئة التي تبعث الضوء وتنميه، والتي تعود الى مكان وزمان المصور الفوتغرافي الذي قام بتصوير هذا المنظر الطبيعي. فالطبيعة هي بلا شك مصدر الهام وتسجيل زمكاني مهم، وهي أكثر المواضيع شعبية، فالغيوم وتأثيراتها الشكلية وماتحدثه القيم اللونية مع الضوء، فهي عماد الصورة الناجحة في الملصق السياحي، والدعائي والذي يجسد الطبيعة بزمانها ومكانها.

ان المصمم في هذا الملصق استطاع من خلال العناصر التصميمية لصورة الملصق ومكوناتها، بتحويلها الى صورة حسية مائلة من خلال اللون، والحركة، والرائحة، فالحركة أذن، حركة السحب التي تمتد في الفضاء وتوحي بأتساعه، الى جميع الجهات، كما يمكن ان تتحقق الزمكانية من خلال الرائحة، رائحة البحر والنسيم وقت الغروب مع تلاطم الأمواج، وهو أحساس زمكاني مهم ويمكن التحقق من ذائقيته خلال المشهد الصوري للملصق بصورة عامة بزمان ومكان شاملين.

ثالثاً : الأسس التصميمية :

ان وحدة التصميم في الملصق، كل واحد قد حقق التوازن مع التناسب فضلا عن تأكيد الحضور الزمكاني من خلال مفردات الصورة وعناصرها البنائية، كما أن المصمم استطاع تحقيق رابط زماني ومكاني من خلال الصورة والكتابة . والأخيرة مرتبطة بأسم الدولة، كدلاله مكانية واضحة ومباشرة.

أما مركز الجذب فهو متحقق بشكل مباشر من خلال الصورة والكتابة معا، أي ان الزمكانية ليست مركز جذب إلا من خلال مكونات الملصق، كونه دعائيا وسياحيا ذا وظيفة أعلامية.

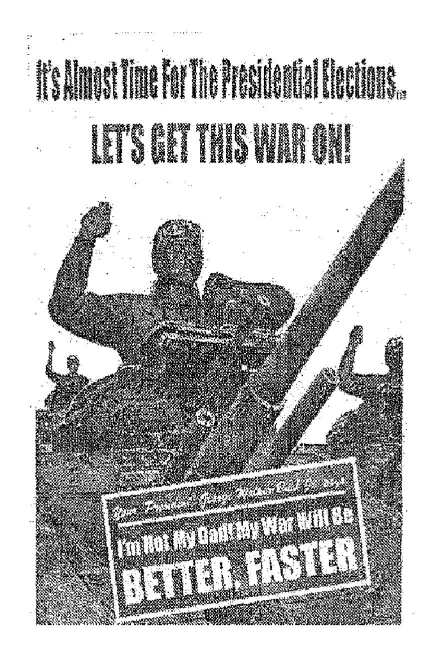
رابعاً : الخصوصية :

لقد جسدت الزمكانية، الخصوصية من خلال الصورة ومكوناتها، وهو منظر مقتطع من سواحل أيرلندا الجميلة، وهي خصوصية واضحة ومباشرة من خلال التعبير الزمكاني والصوري. ((ان لكل بيئة مكانية خصائصها الطبيعية المناخية والجيولوجية والإركيولوجية والأنثروبولوجية، وباختصار لها ذاتيتها الجغرافية كما أنّ لها ذاتيتها التأريخية، وقد تكون تلك الحقائق قوى كامنه لم تستقل بعد، كما قد تكون في حد ذاتها امكانيات غير محدودة وهي عموما تعطي الذاتية الشخصية من جهة وتحقيق الأحترام والأنتماء من جهة أخرى لسكان هذه البيئة المكانية بما يتلائم مع احتياجات الفرد والمجتمع. وهذه الخصائص تعطي لمكانية معينة تفردها وتميزها بين سائر المناطق))[1].

خامساً : الوظائفية :

ان الوظيفة الزمكانية في الملصق، وظيفة مباشرة لتعلقها بالجانب الدعائي السياحي، لتلك الدولة ومايمكن الأحساس به من خلال الطبيعة، والبيئة وسحر مناظرها.

(1) المحادين - عبد الحميد / مصدر سابق . — ص 25



الملصق (32)

الوصف العام:

يتكون التصميم من مجموعة من الجنود وهم يقودون دباباتهم للتوجه الى الحرب، فضلا عن تلويحهم بالأيادي دلالة على النصر، بينما حملت النصوص الموجودة على الملصق، ومن الأعلى الى الأسفل، الآتي:

Its Almost the time for the Presidential Elections ...Lets get this))
.. !war on))، بينما كتبت النصوص الأخرى في مستطيل أحمر، مائل الشكل وكان النص، وهو حديث للرئيس الأمريكي جورج دبليو بوش، يقول فيه:

((Im Not My Dad!. . My War will be BETTER. FASTER))،

والترجمة:

((أنه وقت الأنتخابات الرئاسية .. دعونا نستمر بالحرب .. يقول جورج دبليو بوش: (أنا لست كأبي. لأن حربي ستكون أفضل وأسرع) . لقد حقق المصمم الزمكانية

من خلال مكونات الملصق، وهذا مايمكن ملاحظته في ناحيتين، في الكتابات، والتي حققت الزمكانية من خلال اللغة الخطابية، والهادفة من وراء النصوص الكتابية في تحفيز وتعبئة الجندي الأمريكي لشن الحرب، وأسبابها وأهدافها، كما تميزت الرسوم أيضا بالتعبير المحقق للزمكانية، ومن خلال رسوم الدبابات العسكرية، وهيئة الجندي العامة، وتلويحهم للتأهب القتالي من خلال حركة أيديهم.

التحليل الفني:

أولا: فكرة الملصق:

تتجسد فكرة الملصق، في تجهيز الجيش الأمريكي وتعبئته، من أجل شن الحرب على العراق، وهذا ماتثبته النصوص الكتابية، والتي تربط موعد الحرب بالمكاسب التي تترتب على مسألة أنتخاب الرئيس الأمريكي بوش لولاية ثانية، كما يقوم المصمم هنا بوضع نص يتضمن حديثا للرئيس الأمريكي بوش، يقول فيه، بأنه سيقوم بشن هذه الحرب، ولكنه لن يكون كوالده بوش الأب الذي كان رئيسا للولايات المتحدة (1988-1992)، والذي قاد حربا لتحرير الكويت، في يناير /1991، غير أنه يقول أي بوش الأبن (الرئيس الحالي)، أن حربه ستكون أسرع وأفضل، وربط المصمم هذا الحديث أو الخطاب، مع صور تمثل جنودا أمريكان يقتادون دروعهم ويتوجهون للحرب.

لقد حققت الفكرة الزمكانية من خلال، محاكاة المصمم لزمنين، تمثل الزمن الأول، بأنه زمن مستقبلي، زمن الرئيس الحالي، حيث يمكن الأستدلال عنه من خلال النص، والذي يقول بأن وقت الأنتخابات الرئاسية أصبح قريبا، فلنسرع بالحرب، والتي أندلعت بالفعل في آذار عام 2003، والزمن الآخر، هو الزمن الحاضر والذي يمكن الأستدلال عنه من خلال حديث الرئيس الأمريكي، فضلا عن حركة الجنود الأمريكان وتقدمهم الى الحرب، لقد تقصد المصمم في ربط حديث الرئيس الأمريكي مع دبابة كبيرة، تتوسط الملصق لترتبط متجاورة مع النص، لتؤكد على الحضور المكاني والزماني معا.

ثانياً: العناصر التصميمية:

في هذا الملصق تكون العناصر التصميمية ذات دلالة زمكانية، وذلك من خلال، اللون، والذي يرتبط بالآلية العسكرية، ولونها المتميز، والذي يرتبط بزمن الحرب، وزمن القتال وهنا قد عبر اللون عن واقع الزمن، تعبيرا واضحا ملموسا، كما جعل من اللون الأحمر، من خلال النص الكتابي في أسفل الدبابة (مركز السيادة)، لونا يحدد زمانية ومكانية واضحة من خلال اللون الأحمر، والقيم اللونية المتضادة.

ان شكل (الجندي والدبابة)، والتي قام المصمم بتكرارها على شكل يوحي بالمنظور واتساع الفضاء، فقد حقق الزمكانية في الشكل من خلال الحركة والأتجاه والحجم ذلك من خلال أشكال الجنود والدبابات.

ثالثاً: الأسس التصميمية:

الزمكانية متحققة من خلال التضاد اللوني، مابين اللون الأحمر في المستطيل الكتابي، والدبابة التي يقودها الجندي، واللذين يجتمعان في تأليف مركز السيادة، في الملصق، اما التباين في الحجم، قد جعل من الزمكانية متحققة، حيث تقصد المصمم في أحداث المنظور والعمق الفضائي، من خلال التباين في حجم أشكال الجنود داخل الملصق، وهذا بدوره يؤدي دورا زمكانيا واضحا من خلال تجسيد الحركة، عن طريق حركة اليد في الشكل نفسه، كما ان حركة الأشكال داخل فضاء الملصق تمتد الى الأمام وكأن هناك اتساعا فضائيا، الى خارج حدود الملصق، وهناك احساس بالتقدم والتحرك الى الأمام بزمن سريع.

كما أنّ تكرار الجنود ودباباتهم، ساهم بدوره في تجسيد الزمكانية من خلال المنظور، وأيقاع الحركة فضلا عن أنّ المصمم جسّد الزمكانية بشكل رئيسي في الملصق، من خلال السيادة، حيث ربط الجندي القريب مع دبابته بالنص الكتابي وهو الحديث المنسوب للرئيس الأمريكي، ليجعل منهما ترابط علاقاتيّ تجاوريّ، ليكون بذلك مركزا

سياديا واضحا ، محققا الزمكانية بشكل دقيق.

الزمكانية مركز جذب في الملصق من خلال علاقة التجاور ، مابين النص الكتابي داخل المستطيل الأحمر والجندي ودبابته الخضراء ، وذلك من خلال التضاد اللوني ، مابين الأخضر والأحمر ، فضلا عن المبالغة الحجمية في الشكل وعلاقته الجدلية الزمكانية بالنص .

رابعاً : الخصوصية :

الزمكانية محققة للخصوصية من خلال ربط الجندي ودبابته الأمريكية مع النص الكتابي ، الأحمر وهو حديث للرئيس الأمريكي (بوش) ، وبذللك فقد حقق المصمم نوعا من الزمكانية من خلال علاقة التجاور مابين النص والدبابة والجندي (مركز السيادة).

خامساً : الوظائفية :

تكمن الوظائفية في الكشف عن أستعداد الجنود الأمريكان وتعبئتهم للحرب ، وخوض غمارها ، التي يدعو أليها الرئيس الأمريكي من خلال الأعلام الأمريكي ودعايته التعبوية لشن الحرب.



الملصق (33)

الوصف العام:

يتألف التصميم من رجل سائق أو عامل، يقوم بقيادة آلية معينة، قد تكون سيارة، متجها الى الأمام، مع نص يقول: ((Modern Wars are fought for OIL. How many did your car kill today ?))، وترجمتها ((النفط هو سبب الحروب الحديثة، كم شخصا دهست سيارتك اليوم؟)). كما أن الزمان، مستمر في تأويل العلاقة الجدلية مابين الصورة والنص من خلال الفكرة، وكأن هناك لغة خطابية بزمن متجدد ومستمر، على هيئة رسالة مرتبطة بمفهوم الحرب الحديثة التي تسعى الى السيطرة على النفط.

التحليل الفني:

اولا : فكرة الملصق :

تتعلق فكرة الملصق في توجيه فكرة عن الحروب الحديثة في العالم، والتي يعتبر سببها الرئيسي هو السعي الى امتلاك الثروات المعدنية والسيطرة عليها ن ولعل من أهم تلك الثروات هو النفط، او مايسمى بالذهب الأسود، والذي يدخل في معظم متطلبات الحياة اليومية لشعوب العالم من صناعة السيارات والآليات المختلفة ويشغلها فضلا عن مجالات الصناعة والزراعة . . الخ، من الأنجازات الحضارية العالمية الأخرى

ثانياً : العناصر التصميمية :

الزمان متحقق من خلال الشكل العام للتصميم (الملصق)، ومن خلال الحركة التي يقوم بها مركز السيادة (السائق)، وهو يقوم بسياقة الآلية، التي قد تكون سيارة، فالحركة والتي يمكن الأستدلال عنها عن طريق تفعيل الأتجاه، من خلال مركز السيادة، التي تعطي احساسا بالزمان الآني المستمر اتجاهياً الى الأمام، وذلك يمكن الأستدلال عليه من خلال عين السائق. كما ان حجم وسمك الخط، لكلمة (OIL) (نفط)، أخذ موقعا سياديا فضلا عن السائق من خلال الحجم، وذلك لتوكيد الفعل الزمكاني للفكرة وبيان الرابطة الحركية مابين الشكل والخط.

ثالثاً : الأسس التصميمية :

حققت الوحدة التصميمية من خلال المفردات والعناصر، نوعا من تجسيد الزمان، من حيث العلاقة مابين السائق (مركز السيادة)، والعبارات النصية، لاسيما كلمة (OIL)، وتكوين وشيجة تعبيرية حركية، تتميز بالقدرة على تكوين سلسلة متكاملة من الأفكار، وحلقة مرتبطة من تتابع الحدث الزماني، وأستمراريته في تحديد الفكرة وتوجيهها. و لايعتبرالزمان في هذا الملصق مركز جذب، وذلك لأرتباطه بالفكرة وتأويلها فلسفيا.

رابعاً : الخصوصية :

الزمان مجسد للخصوصية، من خلال ربط الفكرة بواقع حال التفكير او الغاية السياسية الدولية القائمة، فزمن الملصق، هو زمن مانسميه (العولمة) الأمريكية، ومن غايات تلك العولمة الأمريكية هي السيطرة على الفكر العالمي فضلا عن النفط، ولما تمثله الصناعة النفطية من ضرورة تسعى اليها الولايات المتحدة الأمريكية ن والدول الغربية، التي تهدف من خلال دعواتها الى امتلاك منابع النفط والسيطرة عليها.

خامساً: الوظائفية:

تميزت الوظائفية في هذا الملصق ن بالتركيز على دور النفط من اهمية في عصر العولمة والغزو النفطي للعالمن لما يمثله النفط من دور هام في الصناعة الحديثة وتطور التقنيات الصناعية، لذلك فأن وظيفة الملصق هي ايضاح السياسة الدولية الحديثة او مانسميه حرب السيطرة، من خلال التعبير ((النفط سبب الحروب الحديثة)).



الملصق (34)

الوصف العام:

يتصف الملصق بكونه من الملصقات الدعائية، حول موسم احتفالي معين، او مهرجان خاص، يجتمع فيه الناس، ليقومون بالنزهة وممارسة بعض نشاطاتهم، والتمتع بجمال الطبيعة، وفي مدينة (دورست) البريطانية، وهذه المدينة تتميز بمراعيها الخضراء الجميلة، ومزارعها الواسعة والتي تنتشر فيها ملاعب (الكولف) اللعبة المعروفة لدى البريطانيين، والتي يمارسها الكبار والصغار نساءً ورجالا. وقد وضع المصمم نصا كتابيا خلف الرجل الذي يتهيأ لضرب الكرة، يقول هذا النص:

DORSET. Invitational givingtion Greens – August. 8 to the 1. HAMDON- PARK، ((ندعوكم لحضور – المهرجان الأخضر- للفترة مابين 8-10 آب في منتزه هامدون – مدينة دورست)).

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق:

تتمثل فكرة الملصق بكونها دعائية اعلامية، وذلك من خلال توجيه دعوة لحضور مهرجان يسمى بالمهرجان الأخضر، حيث يتجمع الناس فيه، ليمارسون رياضة الجولف ويستمتعون بجمال طبيعة، مدينة دورست البريطانية (دلالة مكانية)، وهذا المهرجان يستمر لمدة يومان من الثامن حتى العاشر، من آب (دلالة زمانية). أن الزمكانية مجسدة بشكل مباشر من خلال فكرة الملصق، التي تهدف الى دعوة الناس لحضور هذا المهرجان في مدينة دورست والتي تمتاز بجمال طبيعتها وأخضرار مراعيها، وهذا ماجسده المصمم من خلال الملصق، وأكد على الحضور المكاني من خلال، حصر النص في مستطيل أحمر مرتبط بالتماس مع الرجل الذي يقوم برفع عصا الكولف للتأهب لضربها.

أن الزمكانية متحققة من خلال رسوم الملصق، أولا وذلك من خلال تجسيد المراعي الخضراء بتقنية تميزت بالأختزال الشكلي واللوني لمكونات الملصق. فالأختزال هو فعل تقني تصميمي، يتحكم بالشكل أولا والصفات المظهرية، وهذا مايمكن ملاحظته على سائر التنفيذ التقني للأشكال والألوان في الملصق، بما في ذلك مركز السيادة (الرجل ومضرب الجولف)، وكأن المصمم قد قام بتسطيح الأشكال وعدم اعطائها عمقا او تجسيما، كما وضع الكرة البيضاء الصغيرة امام الرجل (مركز السيادة)، مع الأيحاء بوجود زمن للحركة. كما يمكن ان نلاحظ ان المصمم قد اختزل البيئة من مراعي خضراء وأشجار أيضا، مع تسطيح أشكالها والوانها. كما ان الكتابة محققة للزمكانية من خلال حالتين:

1- الحالة الأولى، قصدية في تأطير النص الى جانب من جوانب الملصق، مع تماسه بمركز السيادة (الرجل والمضرب)، فالمكان من خلال الشكل العام للملصق، مكان مفتوح (الحقل) أو(المزرعة) التي تشكل مظاهر الطبيعة. والمكان المفتوح بدوره ما أراد المصمم الأفصاح عنه في هذا الملصق، والذي يختلف عن المكان المغلق، والذي يمكن تمثيله بالغرفة او البيت او ماشابه ذلك.
2- الحالة الثانية هي استخدام المصمم، التعبير المباشر للزمكانية من خلال النص ذاته، من أجل الترويج وأستقطاب المتلقي للزمان والمكان، والحضور اليهما والأستمتاع بالوقت ،في المناظر الجميلة ذات المراعي الخضراء، مع ممارسة لعبة الجولف الشهيرة.

ثانياً : العناصر التصميمية :

ان الزمكانية متحققة في الشكل العام للملصق، من خلال الأشكال وحجومها، والتي تميزت بالحركة وارتباط الجزء بالكل من خلال التعددية الشكلية حيث يمكن ان نلاحظ بأن المصمم قد استخدم أسلوب الأختزال الشكلي واللوني، على كل من الشكل واللون، فمركز السيادة (الرجل حامل المضرب) والذي يمثل من خلال حركته زمناً يتميز بالأستمرارية او زمن ماقبل الحدث، والحدث هنا هو الحركة المتوقعة مستقبلا من خلال قيام الرجل بضرب الكرة وتوجيهها نحو الهدف، لقد تقصد المصمم بهذه الحركة من أجل أضافة تشويق وأثارة، من خلال الزمن والحركة الآنية او المتوقعة للفعل المستقبلي، إنّ الزمان هنا نوعان، زمن قبلي وزمن بعدي من خلال مركز السيادة (الرجل حامل المضرب)، حيث ان ((القبل والبعد ليس شيئين موجودين بالقياس الى وهمنا فقط بل هما أشياء موجودة بذاتها ولها خارج النفس وجود، وهكذا أذن يعد اقتران الزمان بالحركة امرا ضروريا))[1] اما الأتجاه فهو محقق للزمكانية من خلال امتداد الأشكال مع مراعاة المنظور، حيث تمتد الأشكال الى خارج الفضاء التصميمي. وقد تميزت الأشكال من خلال الوانها وتضاداتها كما يوضح اللون الزمكانية من خلال ألوان الملصق بشكلها العام، كما أعطى المصمم تميزا للكرة من خلال تسطيحها، حيث ركز المصمم على الكرة البيضاء داخل العشب الأخضربشكل واضح ومتميز، كما يمكن الأحساس بالحركة الدورانية لمركز السيادة والتي تتميز بالدوران، من خلال ضرب الكرة بالمضرب بحركة دائرية (أفتراضيا).

(1) التليلي – عبد الرحمن / مصدر سابق – ص 163 - 164

ثالثاً: الأسس التصميمية:

تميزت الألوان بالأنسجام مابين المساحات الخضراء (الأراضي الزراعية)، من خلال الوان الطبيعة من جهة والسماء الزرقاء من جهة أخرى، أما الأشخاص الواقفين فقد تميزت الوانها بالتضاد مابين اللون الأحمر والأصفر مع الأخضر والأزرق، كما ان التكرار يحقق الزمكانية من خلال الكثافة والأنتشار الكتلي للأشكال وألوانها. بينما تميز مركز السيادة (الرجل حامل المضرب) من خلال الألوان والحركة الكاملة للشكل والتي تحقق الزمكانية فضلا عن تجاور مركز السيادة مع النص الكتابي (الدعائي)، الذي اكتسب لونا أحمرا لشد النظر او التأكيد على الدعوة (فكرة ووظيفة الملصق)، كما ان التناسب تميز بتحقيق الزمكانية من خلال البعد والقرب والمنظور وذلك بالتأكيد على النسبة مابين مركز السيادة وباقي الأشكال في الملصق من جهة، والنسبة مابين مساحة النص وشعار المؤسسة الأعلانية عن الملصق، والذي وضع الى أقصى اليمين.

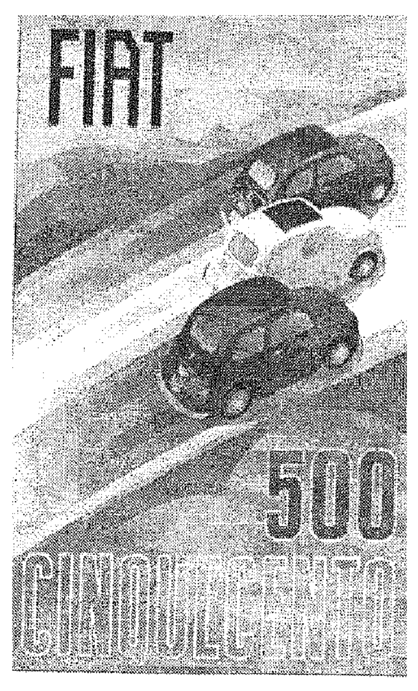
تعد الزمكانية مركز جذب من خلال العلاقة مابين النص الكتابي ذو اللون الأحمر والذي كتبت فيه دعوة المهرجان فضلا عن مركز السيادة (الرجل حامل المضرب) وكرته البيضاء.

رابعاً: الخصوصية:

تعد الزمكانية مجسدة للخصوصية، وذلك من خلال التعبير الجمالي للطبيعة من مراعي خضراء وأشجار وسماء صافية جميلة، في هامدون بارك وهو منتزه يقع في مدينة دورست البريطانية، والمتميزة بجمال مراعيها وطبيعتها الخلابة كما تشتهر هذه المدينة بلعبة الكولف البريطانية الشهيرة.

خامساً: الوظائفية:

ان الوظائفية مباشرة زمكانيا خدمة لغرض الملصق الواضح من خلال توجيه دعوة للحضور، فالوظيفة دعائية بحته من حيث الأرتباط الزمكاني مابين النص الكتابي وعلاقته بالأشكال الأخرى في الملصق.



الملصق (35)

الوصف العام:

يتكون الملصق من ثلاث سيارات نوع فيات (FIAT) الأيطالية المنشأ بثلاثة ألوان، الأخضر والأبيض والأحمر، وتسير هذه السيارات بشكل متتابع متقدمة الواحدة على الأخرى مولدة خلفها اثرا لونيا يجسد العلم الأيطالي، وسيارات الفيات من السيارات الأيطالية المشهورة، وقد وضع المصمم ايضا اسفل رسم السيارات، بعد ان وضع اسم السيارة (FIAT) الى اعلى الملصق بينما كتبت عبارة ورقم (500 CINQEUENTO)، ((موديل 500)).

التحليل الفني:

أولا : فكرة الملصق :

تختلف فكرة هذا الملصق من الناحية الفكرية عن الأعلان، والذي يتميز بدوره بالكشف عن مقومات المتوج وتسليط الضوء بالتفصيل على مكوناته وآلياته وفوائده، وفي هذا الملصق والذي يتخصص في الجانب الدعائي الموضوعي اكثر من تخصصه بالجانب

الأعلانـي الأستهلاكي، ففكـرة الملـصق قـد تكـون دعائيـة للـشركة نفـسها وهـي شـركة (FIAT)، المعروفـة في أنحـاء العـالم أجمـع. كمـا ان الحركـة تـوحي بالـسرعة مـن خـلال السيارات الثلاث محدثة واقعا زمكانيا من خلال الحركة نفسها فضلا عـن العلـم الإيطـالي كتوكيد مكاني للمنشأ وهو (ايطاليا)، ومن خلال السرعة في الحركة.

ثانيا: العناصر التصميمية:

تميزت الوان الملصق بتحقيقها للزمكانية من خلال ماياتي:

1- الحركة الناشئة من حركة السيارات الثلاث (مركز السيادة) وبالسرعة الفائقة.

2- الترابط اللوني من خلال العلاقات التصميمية من تجاور و تتابع، أحدثت من حيث الألوان الثلاث (الأحمر، الأبيض، الأخضر) التي تكوّن العلم الأيطالي (وهو أحساس بالمكان من خلال التتابع والسرعة الحركية للأشكال الملونة.

اما علاقة اللون بالشكل هنا فهي علاقة مكملـة مـابين العنـصرين (الـشكل واللـون) والتي تنصب في أحـداث الأثـارة والجـذب لفكـرة الملـصق. امـا الأتجـاه فلـه في هـذا الملـصق اهمية موضوعية في تحديد الزمكانية مـن خـلال الـسرعة الحركيـة للـسيارات الثلاثـة (مركـز السيادة)، والتي تتجه بتتابع الى خارج الفـضاء التـصميمي وكـأن الحركـة سـريعة ومـستمرة من خلال الأثر اللوني لكل سيارة والمؤلفة في محصلتها العلم الأيطالي.

ثالثاً: الأسس التصميمية:

تميزت الألوان في الملصق بالأنسجام مع تحقيق الموضوعية الفكرية مـن خـلال تحقيـق الزمكانيـة، فـالألوان بانـسجامها مـع التـسطيح اللـوني او الأختـزال في بعـض تفاصـيل الأشكال التفصيلية في الملصق مـن تـلال واشـجار.. الخ، كمـا حقـق التكـرار المنتظم لمركـز السيادة (السيارات الثلاث)، توكيدا للزمكانية من خلال الأيقاع المتتابع حركيا.

ان هناك نوعين من الحركة في هذا الملصق، حركة حقيقية واقعية من خلال حركة السيارات الثلاثة، وحركة ايهامية او مايمكن تسميته ايهام الحركة، والتي يمكن الأستدلال عنها من خلال الأتجاه ورد الفعل. كما ان السيادة محققة للزمكانية أيضا، وذلك من خلال حركة السيارات الثلاثة.

تعد السيارات الثلاث (مركز السيادة)، مركز الجذب زمكاني واضح من خلال التتابع الحركي لها من جهة، وما أحدثته تلك الحركة من تكوين لوني يمثل العلم الأيطالي، كدلاله زمكانية واضحة ومباشرة.

رابعاً: الخصوصية:

الزمكانية مجسدة للخصوصية من خلال ما يأتي:

1- نوع السيارة من خلال شكلها العام، فضلا عن التوكيد الموضوعي للنص مع أسم السيارة وموديلها او طرازها.

2- الخصوصية المكانية من خلال العلم الأيطالي كدلالة مباشرة.

خامساً: الوظائفية:

تعتبر الوظائفية في هذا الملصق وظيفة دعائية لشركة (FIAT) المتخصصة لأنتاج السيارات الأيطالية الشهيرة، فهي ليست وظيفة أعلانية للمنتوج، انما هي وظيفة دعائية اعلامية عامة للشركة وارتباطها بالخصوصية الصناعية الأيطالية بشكل عام.

مما تقدم ومن خلال هذا التحليل الفني خرجت هذه الدراسة بهذه النتائج المهمة :

1 – يكون للعلاقة بين الصورة والرسوم أثر كبير للزمكان المتواصل من خلال اللحظة وديمومتها وحركتها في الملصق.

2 – تغلب تأثير الزمان على وجود المكان من أجل تحديد وظيفة تهدف الى تطوير وتوعية المجتمع نحو المستقبل لاسيما في الملصقات الأجتماعية والعقائدية.

3 – لجأ المصمم الى توكيد الزمكان من خلال الصور وعبارات او مجرد كلمات ليجعل من تجسيد الواقع اكثر أستيعابا لتنوعات الزمان والمكان في الملصق.

4 – تجسد الزمان في الملصق من خلال الحركة، اللون، الحجم، والمنظور، مع الضخامة في بنية المركز السائد لغرض الإثارة والتشويق والجذب البصري لمكونات الملصق.

5 – ان الحركة وتتابعها بسرعة من التأثيرات اللونية والشكلية، تساهم في تحقيق زمكانية في الملصق من جهة وكوسيلة اتصال مباشرة من جهة أخرى.

6 – تخضع حركة الزمان الى مقارنة من خلال المكان في الملصق.

7 – ساهم الاختزال الشكلي في اتساع الفضاء إيهامياً، وابراز الزمكان في الملصق.

8 – المكان التاريخي سمة تميز طبيعة انتماء المصمم ومرجعياته من تاريخ وعقيدة وبيئة مما يشكل حضوراً دلالياً للرمز التاريخي المجسد للمكان مع اختلاف الزمن.

9 – تتوضح الوظائفية الزمكانية في الملصق السياسي بشكل مباشر من حيث المحاكاة التعبيرية والآيديولوجية مابين المفردات المستخدمة في الملصق.

10 – لجأ المصمم الى مخاطبة الرأي العام والخاص من خلال الملصق عبر العلاقات الرابطة مابين الزمان والمكان وعلاقة العناصر التصميمية كاللون، والشكل والأتجاه 00 الخ.

11 – تشابه معنى الزمان ودلالته باختلاف المكان، بيد انهما يرتبطان موضوعياً على الرغم من تعدد الأمكنة.

12 – الرمز التاريخي بدلالته وأهدافه يجعل من الزمان والمكان علاقة مترابطة تظهر حقيقة الرمز وتجعل منه أهمية في محاكاة الأفكار لاسيما في الملصق الإعلامي والثقافي.

13 – يكون اللون في تصميم الملصق زماناً يدعو الى التوقف والتأمل، ومكاناً تصويرياً يخدم حركة الزمان، فإذا كان الزمان حّراً فأن المكان سيكون حّراً وبالعكس، من خلال عناصر التصميم البنائية للملصق.

14 – تتداخل الرموز التاريخية والتراثية والمعمارية مع بعضها في توكيدها للزمكان.

15 – يتوجه الملصق من خلال مكوناته وعناصره الواضحة الى امتلاك لغة عالمية ضمن وسائل الدعاية والإعلام لاسيما السياسية والعقائدية.

16 – ارتبط الزمان والمكان معا في إبراز الصراع الدرامي من خلال العامل النفسي (السايكولوجي) ضمن مكونات الملصق المعاصر.

17 – في الملصق زمنان للخطاب، أحدهما زمان لخطاب عام يعبر عن رأي الأغلبية، وزمان لخطاب خاص يعبر عن رأي الأفراد بغض النظر عن التعدد المكاني والانتماء المكاني.

18 – تجسد الزمان في الملصق السينمائي من خلال الحركة، اللون، داخل اللقطة السينمائية المستخدمة والتي تعد حيزاً مكانياً يحتوي الحدث ويبين تأثيراته في المتلقي من خلال الحجم، الضخامة والمبالغة الحجمية والشكلية، لغرض الإثارة والتشويق.

19 – تناهى المكان ويصبح بلا حدود مع تنوع الزمان، يكشف عن الحالة النفسية والصراع مع الانفعال، مابين مكونات الملصق وعناصره للوصول الى الهدف، لاسيما توجيه أفكار عقائدية ذات قيم إنسانية ثابتة الى الرأي العام والخاص من خلال الحرب النفسية.

20 – خضع الزمكان الى سيطرة التوجهات السياسية والأحزاب ضمن المكان المنتمي اليها، من خلال نشر التطلعات المستقبلية وفق مايتواءم مع واقعهم وحياتهم وتوجهاتهم الوطنية لاسيما في الملصق السياسي.

21 – لايظهر الزمان بشكل مباشر من خلال الملصق، ولكنه يظهر من خلال العلاقات مابين مكوناته.

22 – يجمع المصمم مابين الزمكان التاريخي الواقعي والبيئة والمعتقد والمعمار في مكان شامل، لغرض جذب الأنتباه نحو جمالية التشكيل وابراز الخصوصية، لاسيما في الملصق السياحي والثقافي.

23 – تجتمع عدة أزمنة وعدة أمكنة في ملصق واحد، لأسباب سياسية وتعبوية ذات أهداف تندرج ضمن الحرب النفسية ومخاطبة الرأي العام العالمي لمستقبليات الفكر و وأهدافها الموجهة في الملصق.

24 – يبقى الزمان والمكان ثابتين في دلالتهما مع تطور وسائل التقنية وتنوع أساليبها الإظهارية لاسيما في الملصقات الثقافية والحضارية المتداولة.

25 – يؤثر اللون في إبراز الزمكان، ويجعل منه سمة ذات خصوصية تميز أسلوب المصمم الفني مع انتمائه ومرجعياته من خلال تصميم الملصق.

26 – لجأ المصمم الطباعي الى التعبير المباشر في الزمكان لاسيما في الملصق السياحي، من خلال الرسوم والصور التي تمتلك مقومات حسية و واقعية مباشرة تثير في المتلقي الأحساس بأهمية الزمكان من خلال اللون، الحركة، العوامل الطبيعية البيئية المتميزة.

27 – وظيفة الزمكان في الملصق تكمن في إبراز المكان القديم بهيئة معاصرة ضمن محيط زمني معاصر.

28 – للبيئة والعلاقات الناشئة مابين المتكون التصميمي يحكمها زمان ومكان يستدل عليهما من خلالها مع بيان أهمية الزمكان في تجسيد وتوصيل الفكرة والخصوصية والوظائفية.

المصادر والمراجع

اولا – الكتب:

1 – إبراهيم إمام (الدكتور) / فن الإخراج الصحفي – مكتبة الأنجلو المصرية – القاهرة ط2 1957 م.

2 – إبراهيم فتحي / معجم المصطلحات الأدبية – المؤسسة العربية للناشرين المتحدين – تونس 1986م.

3 – أبو اصبع – صالح (الدكتور) / الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة – دار آدم للدراسات والنشر والتوزيع – عمان 1995 م.

4 – أبو هنطش – محمود / مبادئ التصميم – دار البركة – عمان ط3 2000 م.

5 – ابن منظور / لسان العرب – مجلد 13 – بيروت 1965 م.

6 – أحمد مطلوب (الدكتور) / عاشق بغداد – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 2001 م.

7 – أدونيس / الصوفية والسوريالية – دار الساقي – بيروت ط2 1995 م.

8 – أسكاربيت – روبير / صناعة الكتاب بين الأمس واليوم – ترجمة الدكتورة رجاء ياقوت صالح دار الأهرام – القاهرة 1977 م.

9 – آل سعيد – شاكر حسن / أنا النقطة فوق فاء الحرف – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 1998 م.

10 – الآلوسي – حسام محيي الدين (الدكتور) / حوار بين الفلاسفة والمتكلمين – دار الشؤون الثقافية العامة بغداد ط2 1986 م.

11 – أليكس – كاريل / الأنسان ذلك المجهول – ترجمة شفيق أسعد زيد – مؤسسة المعارف – بيروت 1974م.

12 – آن – زمر وفريد زمر / الصورة في عملية الاتصال – ترجمة الدكتور خليل حماش – مراجعة عبد الودود

العلي – المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم – بغداد 1980م .

13 – أوزياس – جان ماري / الفلسفة والتقنيات – ترجمة الدكتور عادل العوا – منشورات عويدات – بيروت 1983 م.

14 – أيزلي – لورين / مدار الزمن – ترجمة الدكتور عبد الرحمن ياغي – المكتبة الأهلية – بيروت 1962 م.

15 – باشلار – جاستون / جماليات المكان – ترجمة غالب هلسا – (كتاب الأقلام) – دار الجاحظ – بغداد 1980 م .

16 – باشلار – غاستون / جدلية الزمن – ترجمة خليل أحمد خليل – المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر بيروت ط2 1988 م.

17 – بسام بركة (الدكتور) / معجم اللسانية – جروس برس – بيروت 1985 م.

18 – بسام قطوس (الدكتور) / سيمياء العنوان – وزارة الثقافة – الأردن / عمان 2001 م.

19 – البصام – كمال / المطبعة الحريرية – منظمة العمل العربية – بغداد ب.ت.

20 – بختين – ميخائيل / أشكال الزمان والمكان في الرواية- ترجمة يوسف حلاق – منشورات وزارة الثقافة دمشق 1990 م.

21 - البدري – سامي / حول المهدي المنتظر (عج) والأطروحة الآلهية لآخر الزمان – مؤسسة طور سينين لندن 2000 م.

22 – بلاسم محمد (الدكتور) / النقد والفن ودراسات في النقد الفني – مكتبة الفتح – بغداد 2003 م.

23- بوسيل – جان / الزمان– ترجمة الدكتور محمد نديم خشفة – مركز الانماء الحضاري – حلب 2005.

24 – تازاوا – يوتاكا وآخرون / التاريخ الثقافي لليابان – وزارة الخارجية – طوكيو 1987 م.

25 – التهامي – مختار (الدكتور) / الرأي العام والحرب النفسية – ج1 – دار المعارف بمصر – القاهرة ط3 1974 م.

26 - ج0 هنزاك / موسوعة الطيور المصورة – ترجمة دريد نوايا – المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع – بيروت ط2 – 1986

27 – جانيتي – لوي دي / فهم السينما – ترجمة جعفر علي – دار الرشيد للنشر – بغداد 1981 م.

28 – جميل صليبا (الدكتور) / المعجم الفلسفي – (جزأين) – دار الكتاب اللبناني – بيروت 1982 م.

29 – حسن سليمان / حرية الفنان – دار التنوير – بيروت 1983 م.

30 – حسن – حسن محمد / الفن في ركب الاشتراكية – دار المعارف بمصر – القاهرة 1966 م.

31 – حسن – زكي محمد (الدكتور) / فنون الأسلام – مطبعة لجنة التأليف والترجمة والنشر – القاهرة ط1 1948 م.

32 – الحسيني – إياد حسين (الدكتور) / التكوين الفني للخط العربي وفق أسس التصميم – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 2002 م.

33 – حطيني – يوسف (الدكتور) / مكونات السرد في الرواية الفلسطينية – أتحاد الكتاب العرب دمشق 1999 م.

34 – حطيني – يوسف (الدكتور) / سميرة عزام رائدة القصة القصيرة الفلسطينية – دار العائدي دمشق 1999 م.

35 – خضر – ناظم عودة / الأصول المعرفية لنظرية التلقي – دار الشروق – عمان 1997 م.

36 – الخضور – جمال الدين (الدكتور) / قمصان الزمن فضاءات حراك الزمن في النص الشعري العربي أتحاد الكتاب العرب – دمشق 2000 م.

37 – الخطيب – عبد الله / الإنسان في الفلسفة – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 2002 م.

38 – الدعمي – محمد عبد الحسين / انتصار الزمن – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 1985 م.

39 – الرازي – محمد ابن ابي بكر عبد القادر / مختار الصحاح – دار الرسالة – الكويت 1982 م.

40 – الراوي – نوري / متحف الحقيقة متحف الخيال – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 1997 م.

41 – الرويلي – ميجان (الدكتور) والدكتور سعيد البازعي / دليل الناقد الأدبي – المركز الثقافي العربي الدار البيضاء ط2 2000 م.

42 – رياض عوض (الدكتور) / مقدمات في فلسفة الفن – جروس برس – بيروت 1994 م.

43 – ريد – هربرت / تربية الذوق الفني – ترجمة يوسف ميخائيل أسعد – بيروت ب.ت .

44 – ريد – هربرت / معنى الفن – ترجمة سامي خشبة – دار الكاتب العربي – القاهرة 1968 م.

45 – ريد – هربرت / الفن اليوم – ترجمة محمد فتحي وجرجيس عبدة – دار المعارف بمصر – القاهرة 1985م.

46 – ريد – هربرت / النحت الحديث – ترجمة فخري خليل – مراجعة جبرا إبراهيم جبرا – دار المأمون للنشر – بغداد 1994 م.

47 – زهير صاحب (الدكتور) وآخرون / دراسات في بنية الفن – أيكال للطباعة – بغداد 2002 م.

48 – سامي سويدان (الدكتور) / جدلية الحوار في الثقافة والنقد – دار الآداب – بيروت 1998 م.

49 – سامي سويدان (الدكتور) / جسور الحداثة المعلقة – دار الآداب – بيروت 1997 م.

50 – سعيد علوش (الدكتور) / معجم المصطلحات الأدبية المعاصرة – دار الكتاب اللبناني – بيروت 1985م .

51 – سكوت – روبرت جيلام / أسس التصميم – ترجمة محمد محمود يوسف والدكتور عبد الباقي محمد أبراهيم – دار نهضة مصر – القاهرة 1968م .

52 – سلوم – الياس جميل / الأعلان مفهومه وتطبيقاته – دار الرضا للنشر – دمشق 2001 م.

53 – سيزا قاسم / القارئ والنص العلامة والدلالة – المجلس الأعلى للثقافة – القاهرة 2002 م.

54 – الشال – عبد الغني النبوي (الدكتور) / مصطلحات في الفن والتربية الفنية – جامعة الملك سعود الرياض 1984 م.

55 – الشحاذ – أحمد محمد (الدكتور) / لغة الزمن ومدلولاتها في التراث العربي – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 2001 م.

56 – شيرزاد – شيرين إحسان / مبادئ في الفن والعمارة – بغداد 1982 م.

57 – الصائغ – عبد الآله / الزمن عند الشعراء العرب قبل الأسلام – دار الرشيد للنشر – بغداد 1982 م.

58 – صالح – قاسم حسين / سايكولوجية أدراك اللون والشكل – دار الرشيد للنشر – بغداد 1982 م.

59 – صالح – قاسم حسين / في سايكولوجية الفن التشكيلي – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 1990 م.

60 – الصدر – محمد باقر / فلسفتنا – دار التعارف – بيروت ط2 1998 م.

61 – الصديقي – عبد اللطيف (الدكتور) / الزمان أبعاده وبنيته – المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع – بيروت 1995م .

62 – طاهر عبد مسلم / عبقرية الصورة والمكان – دار الشروق للنشر والتوزيع – عمان 2002 م.

63 – عادل مصطفى (الدكتور) / دلالة الشكل – دار النهضة العربية – بيروت 2001 م.

64 – عبد الجبار منديل (الدكتور) / الإعلان بين النظرية والتطبيق – منشورات الجامعة المستنصرية مطبعة الأرشاد – بغداد 1982م .

65 – عبد الفتاح رياض / التكوين في الفنون التشكيلية – دار النهضة العربية – القاهرة 1973 م.

66 – عبود عطية / جولة في عالم الفن – المؤسسة العربية للدراسات والنشر – بيروت 1985 م.

67 – العبيدي – حسن مجيد (الدكتور) / نظرية المكان عند أبن سينا – دار الشؤون الثقافية العامة بغداد 1987م.

68 – العبيدي – جبار (الدكتور) والدكتور فلاح كاظم / وسائل الأتصال الجماهيري – وزارة التعليم العالي والبحث العلمي – كلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد – 1989 م.

69 – العزاوي – ضياء / فن الملصقات في العراق – وزارة الأعلام – بغداد 1974 م.

70 – عطية – محسن محمد (الدكتور) / الفن وعالم الرمز – دار المعارف بمصر – القاهرة 1996 م.

71 – عناد غزوان (الدكتور) / الناقد العربي المعاصر والموروث النقدي – أتحاد الأدباء العرب – بغداد 1986م .

72 – عناد غزوان (الدكتور) / أصداء دراسات أدبية نقدية – اتحاد الكتاب العرب – دمشق 2000م.

73 – غيرو – بيار / علم الدلالة – ترجمة أنطوان ابو زيد – منشورات عويدات – بيروت 1986م .

74 – فتح الباب عبد الحليم (الدكتور) والدكتور أحمد حافظ رشدان / التصميم في الفن التشكيلي – عالم الكتب – القاهرة ط2 1985م .

75 – فرج عبو / علم عناصر الفن – ج1 – وزارة التعليم العالي والبحث العلمي – كلية الفنون الجميلة جامعة بغداد – دار دولفين للنشر – ميلانو 1983م .

76 – الفيروزيادي / القاموس المحيط – مؤسسة الرسالة – بيروت ط3 1993م .

77 – كرمود – فرانك / الإحساس بالنهاية – ترجمة الدكتور عناد غزوان وجعفر صادق الخليلي – دار الرشيد للنشر – بغداد 1979م .

78 – كمال عيد (الدكتور) / فلسفة الأدب والفن – الدار العربية للكتاب – طرابلس 1978م .

79 – كورتل – آرثر / قاموس أساطير العالم – ترجمة سهى الطريحي – المؤسسة العربية للدراسات والنشر بيروت – 1993م .

80 – مادوكس – كونروي / دالي – ترجمة دنيا فاضل – مطبعة الأديب البغدادية – بغداد ب.ت

81 – مجدي وهبة (الدكتور) / معجم مصطلحات الأدب – مكتبة لبنان – بيروت 1974م .

82 – محمد – علي عبد المعطي (الدكتور) / مقدمات في الفلسفة – بيروت 1985م .

83 – محمد غني / محمد غني – مطبعة الأديب البغدادية – بغداد 1994م.

84 – محمد – نصيف جاسم (الدكتور) / مدخل الى التصميم الأعلاني – بغداد 2001م

85 – محمد – نصيف جاسم (الدكتور) / فلسفة التصميم بين النظرية والتنظير – بغداد 2002م.

86 – المسدي – عبد السلام (الدكتور) / قاموس اللسانيات – الدار العربية للكتاب – طرابلس 1984م .

87 – المعجم الفلسفي المختصر – ترجمة توفيق سلوم – دار التقدم – موسكو 1986م.

88 – موسى زناد / الحرب النفسية – مكتبة الفكر العربي للنشر والتوزيع – بغداد 1984م .

89 – ميرهوف – هانز / الزمن في الأدب – ترجمة أسعد رزق – مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر القاهرة – نيويورك 1972م .

90 – نجم عبد حيدر (الدكتور) / علم الجمال آفاقه وتطوره – وزارة التعليم العالي والبحث العلمي كلية الفنون الجميلة / جامعة بغداد ط2 2001م .

91 – النصير – ياسين / أشكالية المكان في النص الأدبي – دار الشؤون الثقافية العامة – بغداد 1986م .

92 – هولب – روبرت / نظرية التلقي – ترجمة الدكتور عز الدين أسماعيل – المدى الثقافي الأدبي – جدة 1994م .

93 – الوفائي – محمد (الدكتور) / الإعلان – مكتبة الأنجلو المصرية – القاهرة 1989م .

94 – وورد – ديفد / الوجود والزمان والسرد – ترجمة سعيد الغانمي – المركز الثقافي العربي – الدار البيضاء 1999م.

95 – الياسري – قيس (الدكتور) والدكتورة سؤدد القادري ويونس الشكرجي /الفنون الصحفية – كلية الآداب/ جامعة بغداد – 1991

96 – اليافي – نعيم (الدكتور) / أطياف الوجه الواحد دراسات نقدية في النظرية والتطبيق – اتحاد الكتاب العرب – دمشق 1997 م.

97 – يحى حمودة (الدكتور) / نظرية اللون – القاهرة 1981م .

98 – يوسف حبي (الدكتور) / الحياة أستمرار وخلود – المجمع العلمي العراقي – بغداد 2000م .

99 – يوسف – عقيل مهدي (الدكتور) / الجمالية بين الذوق والفكر – مطبعة سلمى – بغداد 1988م .

100 – يوسف – عقيل مهدي (الدكتور) والدكتور عياد أبو بكر هاشم / تاريخ الفنون وتذوقها – المركز الوطني لتخطيط التعليم والتدريب – ليبيا 2003م .

101 – Robin Mansell & Roger Silveistone / Communication by Design- Oxford University , press 1996 .

ثانيا : الدوريات:

1 – الآلوسي – حسام محيي الدين (الدكتور) / مفهوم الزمن في الفلسفة – مجلة الرواد – العدد الأول بغداد 1996م .

2 – بانفنسيت – إميل / اللغة والتجربة الإنسانية – ترجمة بسام بركة – الفكر العربي – العدد (95) معهد الأنماء العربي – بيروت 1999م.

3 – البحري – منى يونس (الدكتورة) / تأريخ العولمة في ثقافة الأمة العربية من وجهة نظر التدريسي الجامعي – مجلة الآداب – كلية الآداب / جامعة بغداد – العدد (60) 2002م.

4 – البهات – رضا (الدكتور) / اللحظة متكأ الإبداع في القصة القصيرة – الطليعة الأدبية – العدد 4/3 آذار/ نيسان – بغداد 1988م .

5 – التليلي – عبد الرحمن (الدكتور) / الزمان واللاتناهي في القراءة الرشدة – عالم الفكر – المجلد السابع والعشرون - العدد (4) 1999م.

6 – الجابري – عطيات محمد (الدكتورة) / الرمز وسيلة الأتصال المرئية ذات المدلول في تنمية المجتمع- عالم الطباعة – المجلد (5) – العدد (2) – القاهرة 1989م.

7 – حسني محمود / المكان في رواية (زينب) الواقع والدلالات – علامات في النقد – النادي الثقافي والأدبي - جدة – الجزء الثامن والعشرون – المجلد السابع – يونيه 1998م.

8 – حيدر عبد الرضا / مفهوم الزمن في الرواية الحديثة – الدليل – العدد (1) – بغداد 2004م .

9 – الخفاف – مؤيد قاسم / استخدام الصورة في الصحف العراقية – بحث منشور – وزارة الثقافة والأعلام بغداد – ب.ت.

10 – دميرجي – مؤيد سعيد (الدكتور) / المكان كمصطلح تأريخ فني في فنون العراق القديمة – آفاق عربية العدد (1) – بغداد 1975م .

11 – زهير صاحب (الدكتور) / الصورة التكعيبية في الفنون السومرية – دجلة – العدد (4) – وزارة الثقافة بغداد 2004م.

12 – السامرائي – علي عبد الرزاق حمود (الدكتور) / الزمن في الحكاية الأطارية – الآداب – كلية الآداب/ جامعة بغداد – العدد (63) 2002م.

13 – سامي بن عامر / اللامتوقع في الفن التشكيلي – فنون – العدد (6) – تونس 1986م .

14 – سوشيي – عمانوئيل / الأشهار والقرصنة السياسية دراسة سيميولوجية – ترجمة إدريس سعيد – علامات العدد (7) – جدة 1997م.

15 – صوفي برتو / الزمن والحكي ومابعد الحداثة – ترجمة إبراهيم عمري – نوافذ - النادي الثقافي والأدبي جدة – العدد (4) – يونيه 1998 م.

16 - عباس عبد جاسم / أصل المكان في أسطورة الأصل – الموقف الثقافي – العدد 13 – 1998.

17 – عناد غزوان (الدكتور) / التراث فكر وحضارة – المورد – العدد (2) – بغداد 2000م .

18 – غرون – ستيفان و بينيديكت أيرنتس/ أنا عائد الى الشرق الى الحكمة الأصيلة الأبدية – فكر وفن العدد (47) – المانيا 1988م .

19 – القصب – صلاح (الدكتور) والدكتور مجيد الخطيب / إنشائية الصورة بين الدراما الرمزية – الأكاديمي العدد (20) – بغداد 1998م .

20- لؤي علي خليل / المكان في قصص وليد اخلاصي – عالم الفكر – المجلد الخامس والعشرون – العدد الرابع –1997.

21 – المحادين – عبد الحميد / المكان الروائي – البحرين الثقافية – العدد (30) – أكتوبر 2001م.

22 – محمود صادق / التحديد الاجتماعي لمنهاج الفن – أبحاث اليرموك – المجلد السادس – العدد (1) جامعة اليرموك / الأردن 1990م .

23 – مقبل – محمد سعيد (الدكتور) / الإعلان الصحفي في المنظور الأقتصادي والإعلامي – مجلة كلية الآداب جامعة صنعاء – العدد (19) صنعاء 1996م .

24 – منذر عياشي / الحداثة و لاهوت التكوين – الآداب – العدد (12/11) بيروت 1998م .

25 – ميدان – أيمن محمد (الدكتور) / تجليات الزمان والمكان في القصة العمانية القصيرة مقاربة أولى – من الأنترنيت (موقع سعيد بنكراد).

26 – نصيف جاسم (الدكتور) / المبالغة الشكلية في الملصق السينمائي – دجلة – العدد (1) بغداد 2004م .

27 – هولت – دغلاس بي / صناعة الرمز – ترجمة محمد مجد الدين بابكر – الثقافة العالمية – العدد (124) الكويت 2004م.

28 – وليد أبو بكر / التعبير عن المقاومة في روايات الأرض المحتلة – لوتس – العدد (66/65) – تونس 1988م .

ثالثا: الصحف:

1 – عاصم عبد الأمير (الدكتور) / الرسم العراقي ومشروع التحديث .. بنية المكان أنموذجا – الأديب العدد (1) - بغداد في 17 / 12 / 2003 م.

2 – كبة – نجاح (الدكتور) / تحليل عملية الإبداع الفني والعلمي – الصباح – العدد (210) بغداد في 16 / 3 / 2004م.

3 – محمد يونس / صورة المكان في المتخيل الفني – الصباح – العدد (256) – بغداد في 2004/5/13م.

رابعا: الرسائل و الأطاريح الجامعية :

1 – خليل إبراهيم / المضامين الفكرية وعناصر التصميم الفني للملصقات في العراق – (رسالة ماجستير غير منشورة) قسم التصميم / كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد 1987م .

2- الدوري – سهاد / علاقة الفضاء والزمن وتأثيراتها في التصميم ذي البعدين- (أطروحة دكتوراه غير منشورة) قسم التصميم /كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد –1998م.

3- راجي – مكي عمران / جماليات المكان في الرسم العراقي المعاصر – (أطروحة دكتوراه غير منشورة) قسم الفنون التشكيلية /كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد – 2000م

4 – سعيد – هند أحسان علي / الشكل والمضمون في الشعارات في الفنون التطبقية العربية الأسلامية من القرن (7- 9 هجري) – (13- 15 ميلادي) – (رسالة ماجستير غير منشورة)

قسم الفنون التشكيلية /كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد – 2001م

5 – الشمري – طالب عبد الحسين فرحان / المكان في مسرحيات شكسبير وتحولاته في عروض المسرح العراقي (أطروحة دكتوراه غير منشورة) - قسم الفنون المسرحية /كلية الفنون الجميلة جامعة بغداد – 2000م.

6- طاهر- أسماء نيازي / الخلود في العمارة – (أطروحة دكتوراه غير منشورة) – قسم الهندسة المعمارية - كلية الهندسة – جامعة بغداد – 2002 م.

7 – العلوان – فاروق محمود الدين / التجريد في فنون العرب قبل الأسلام – (رسالة ماجستير غير منشورة) قسم الفنون التشكيلية /كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد – 1997م .

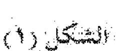
8- محمد – محمد مهذول / الزمن في اللوحة التشكيلية المعاصرة- (رسالة ماجستير غير منشورة) قسم الفنون التشكيلية /كلية الفنون الجميلة – جامعة بغداد –1998 م.

9- مطلك - حيدر لازم / الزمان والمكان في شعر ابي الطيب المتنبي – (أطروحة دكتوراه غير منشورة) - قسم اللغة العربية – كلية الآداب / جامعة بغداد – 1991م.

10 -- النوري – عبد الجليل مطشر محسن / التنوع التقني ودوره في أظهار القيم الجمالية التصميمية في الملصقات – (رسالة ماجستير غير منشورة) - قسم التصميم /كلية الفنون الجميلة جامعة بغداد – 2002 م.

الملاحق





الشكل (١)



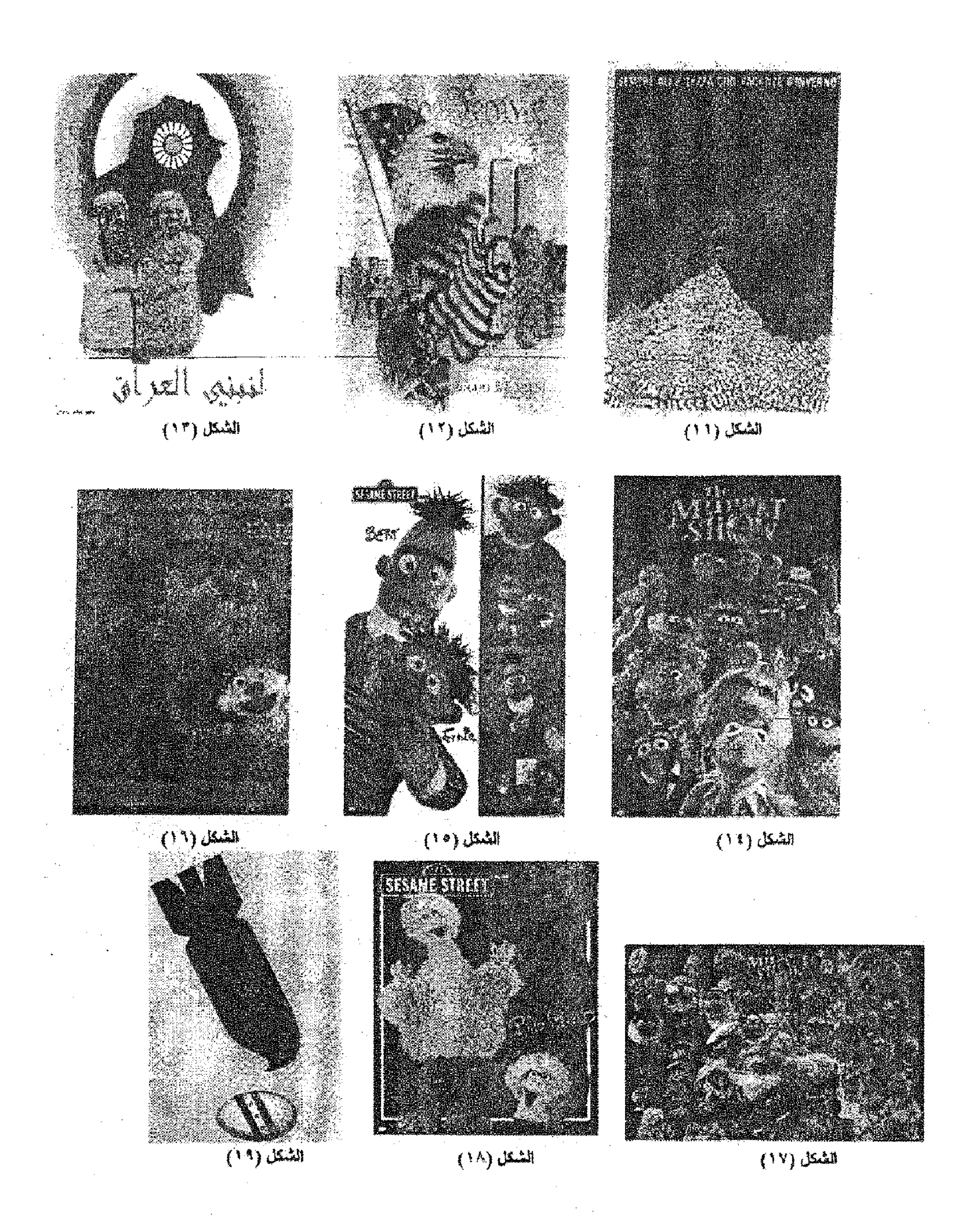
الشكل (2)



الشكل (٣) الشكل (٤) الشكل (٥)

الشكل (٦) الشكل (٧) الشكل (٨)

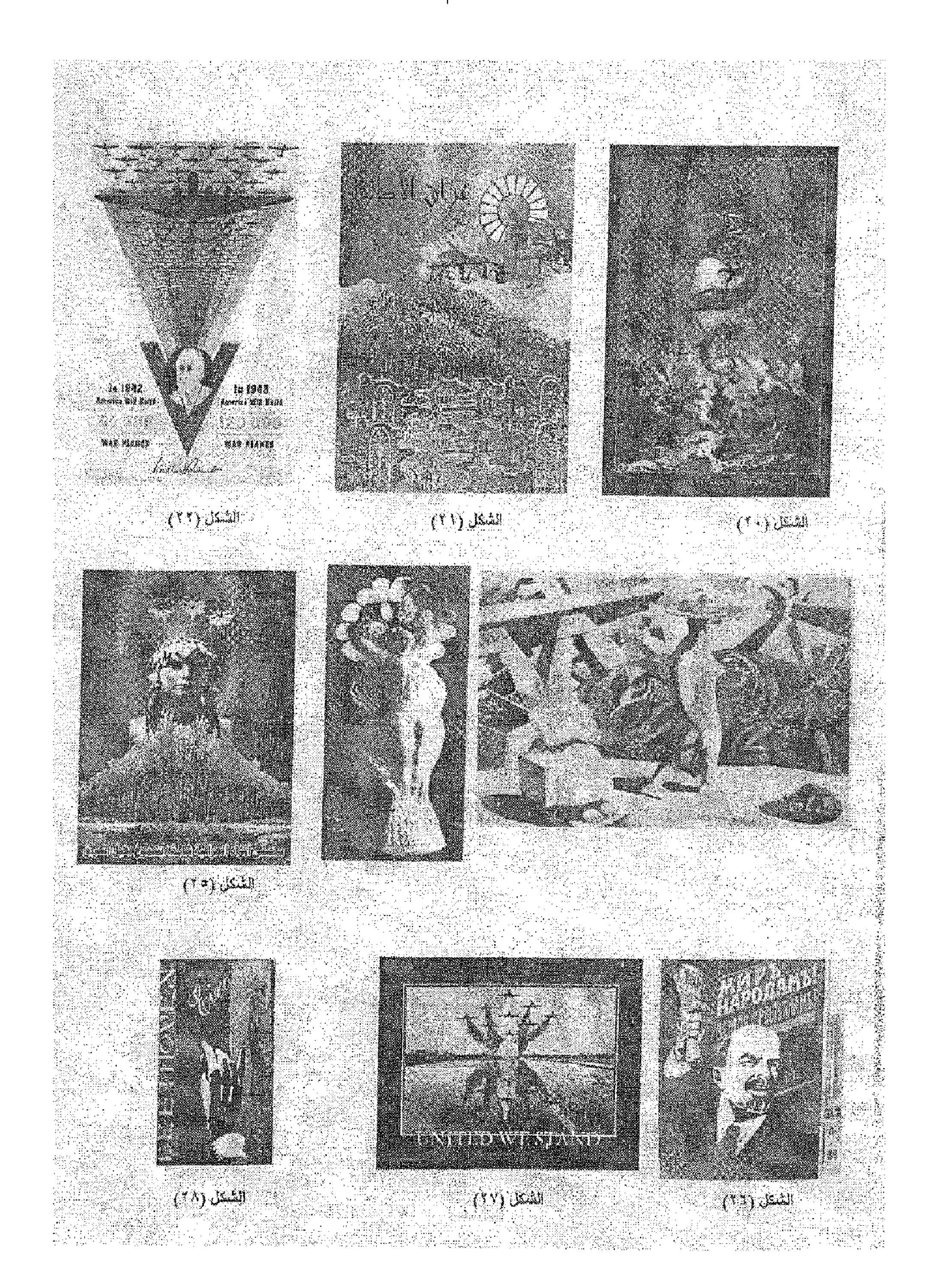
الشكل (٩) الشكل (١٠)



الشكل (١١) الشكل (١٢) الشكل (١٣)

الشكل (١٤) الشكل (١٥) الشكل (١٦)

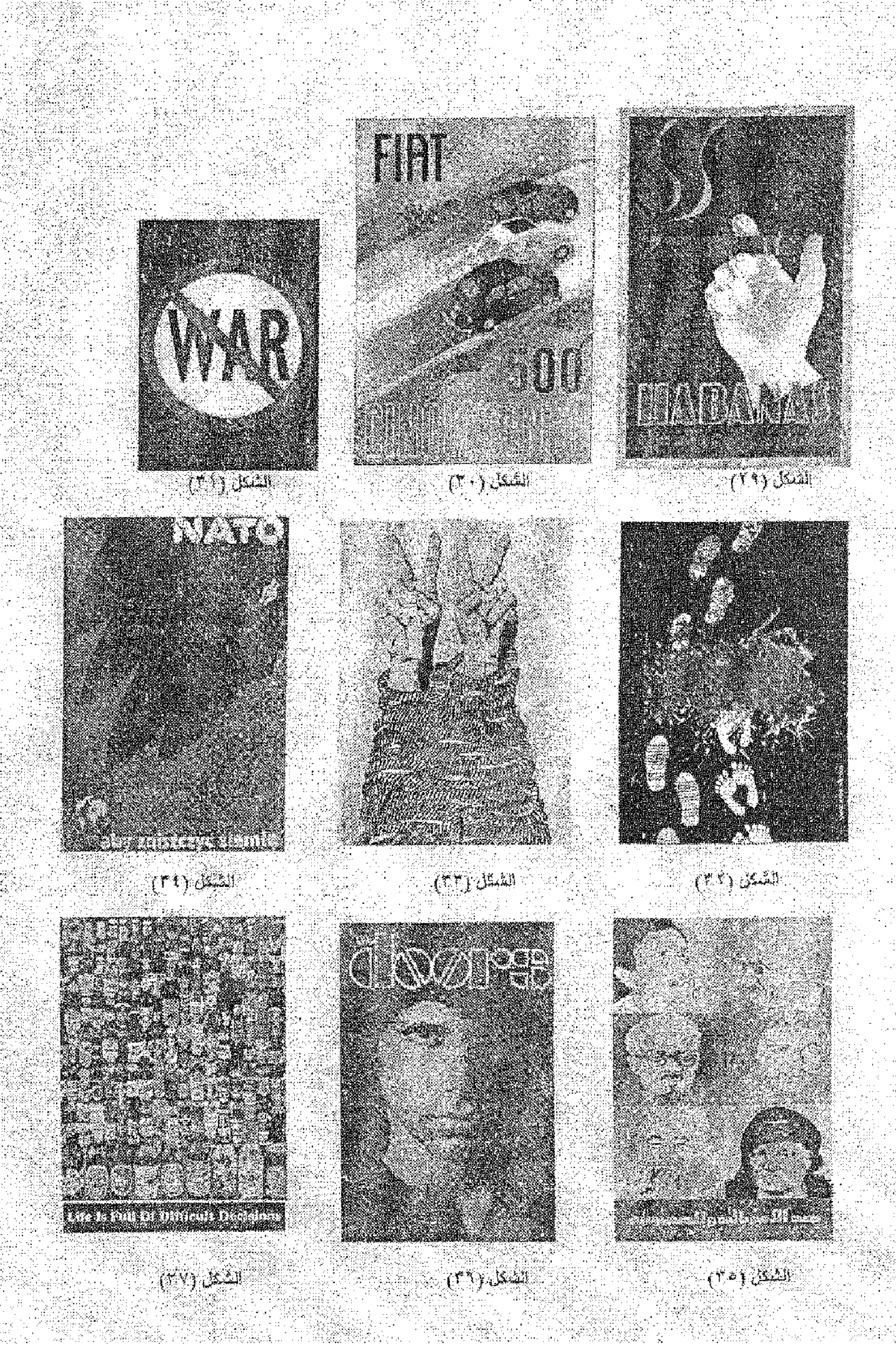
الشكل (١٧) الشكل (١٨) الشكل (١٩)



الشكل (٢٢) الشكل (٢١) الشكل (٢٠)

الشكل (٢٥)

الشكل (٢٨) الشكل (٢٧) الشكل (٢٦)



الشكل (٢٩) الشكل (٣٠) الشكل (٣١)

الشكل (٣٢) الشكل (٣٣) الشكل (٣٤)

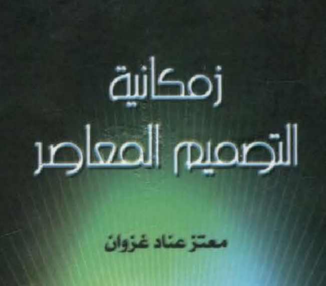
الشكل (٣٥) الشكل (٣٦) الشكل (٣٧)



الشكل (٣٨) الشكل (٣٩) الشكل (٤٠)

الشكل (٤١) الشكل (٤٢)

الشكل (٤٣)







عمان - شارع الملك حسين - مجمع الفحيص التجاري
تلفاكس: ٠٠٩٦٢٦٤٦٤٧٥٥٠ خلوي: ٠٠٩٦٢٧٩٥٢٦٥٧٦٧
ص ب: ٧١٢٧٧٣ عمان ١١١٧١ - الأردن
بغداد - شارع السعدون - عمارة فاطمة
تلفاكس: ٠٠٩٦٤١٨١٧٠٧٩٢ خلوي: ٠٠٩٦٤٧٠٥٨٥٥٦٠٣
E-mail: dardjlah@yahoo.com
www.dardjlah.com

